



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROYECTO PARA LA IMPLEMENTACION DE PELUQUERIA CANINA MÓVIL
EN LA CIUDAD DE CUENCA”**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO/ACOMERCIAL**

AUTORES: Verónica Alexandra Álvarez Molina

Xavier Esteban Avecillas Farfán

DIRECTOR: Ing. Pablo Rosales

Cuenca, Ecuador

2013

AGRADECIMIENTO

A nuestros padres por el apoyo incondicional que nos supieron dar desde el principio para así poder alcanzar nuestras metas y objetivos, a todos y cada uno de los profesores que impartieron sus conocimientos logrando con estos culminar una etapa importante de nuestras vidas.

Xavier y Verónica

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a nuestra familia, y todas las personas que de alguna manera nos tendieron la mano y nos dieron palabras de aliento, que nos animaron a seguir luchando para convertirnos en las personas que ahora somos

Xavier y Verónica

INDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTO	I
DEDICATORIA	II
INDICE DE CONTENIDOS	III
INDICE DE ANEXOS	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT	VII
 INTRODUCCIÓN	 1
 CAPÍTULO 1	 2
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	2
1.1 CONCEPCIÓN DEL NEGOCIO	2
1.2 <i>Misión</i>	2
1.3 <i>Visión</i>	3
1.4 <i>Principios y Valores</i>	3
1.5 <i>Análisis F.O.D.A.</i>	3
 CAPÍTULO 2	 5
ANÁLISIS DEL MERCADO	5
2.1 SERVICIO	5
2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	5
<i>Levantamiento de información primaria</i>	5
<i>Análisis de los datos de fuentes primarias</i>	5
ENCUESTA APLICADA PARA DETERMINAR LA DEMANDA SOBRE LA PELUQUERÍA CANINA MÓVIL "S-PA DOGS"	8
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	13
2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA	13
2.4 DEMANDA INSATISFECHA Y DEMANDA DEL PROYECTO	14
2.5 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN	14
<i>Estrategias de introducción al mercado</i>	15
2.6 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS	15
2.7 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL MERCADO	17
 CAPÍTULO 3	 19
ESTUDIO TÉCNICO	19
3.1 DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN	19
3.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO	20
3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	21
3.4 SELECCIÓN DE EQUIPOS	22

3.5	LA ORGANIZACIÓN	23
3.6	DISTRIBUCIÓN DEL PROYECTO	24
	<i>Distribución interna</i>	24
	<i>Áreas de trabajo</i>	24
3.7	MARCO LEGAL	25
3.8	ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN	28
3.9	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO	29
CAPITULO 4		30
ESTUDIO ECONÓMICO		30
4.1	DETERMINACIÓN DE INGRESOS	30
4.2	INVERSIÓN INICIAL	30
	<i>Activos Fijos</i>	31
4.3	CRONOGRAMA DE INVERSIONES	33
4.4	DETERMINACIÓN DE COSTOS	34
	<i>Costos fijos</i>	34
	<i>Costos variables</i>	35
	<i>Gastos administrativos</i>	35
4.5	DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	36
	<i>Depreciaciones</i>	36
	<i>Amortizaciones</i>	36
4.6	CAPITAL DE TRABAJO	36
4.7	PUNTO DE EQUILIBRIO	38
4.8	ESTADOS FINANCIEROS	39
	<i>Balance General</i>	39
	<i>Estado de Resultados</i>	41
4.9	COSTO DE CAPITAL O TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO	41
CAPITULO 5		43
5.1	VALOR PRESENTE NETO (VAN)	43
5.2	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	44
5.3	RAZONES FINANCIERAS	45
	<i>Ratio de Liquidez</i>	46
	<i>Ratio de rentabilidad del activo (ROA)</i>	46
	<i>Ratio de rentabilidad del patrimonio (ROE)</i>	47
	<i>Ratio de rentabilidad bruta sobre ventas</i>	47
5.4	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	47
5.5	IMPACTO AMBIENTAL	48
CONCLUSIONES		49
RECOMENDACIONES		51
BIBLIOGRAFÍA		53

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1

LAY OUT _____ ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ANEXO 2

MAQUINARIAS Y EQUIPO _____ 57

ANEXO 3

DEPRECIACIONES _____ 60

ANEXO 4

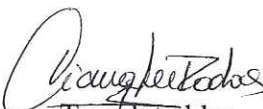
TASA DE INFLACION _____ 62

Resumen

En la ciudad de Cuenca los servicios para mascotas caninas en los últimos años han ido creciendo de manera considerable, debido a que las personas hoy en día no cuentan con el tiempo necesario para darles especiales cuidados y atenciones para que se mantengan saludables y con buena presencia y así mejorar su calidad de vida. Las mascotas han logrado una posición destacada dentro de la sociedad y se han convertido en un símbolo importante de status. Debido a esto se ve la necesidad de implementar una empresa que facilite el cuidado y la estética de las mascotas mediante el servicio de peluquería canina móvil.

ABSTRACT

In the city of Cuenca the services for pets such as dogs have considerably increased in the last years since nowadays people don't have the time to provide special care and attention in order to maintain their pets' health and appearance and improve their quality of life. Pets have gained a certain position in society and have become an important symbol of status. Consequently, we have seen the need to implement a company that provides beauty care through a mobile dog hairdressing and hygiene service.


UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
DPTO. IDIOMAS
Translated by,
Diana Lee Rodas

Introducción

En la ciudad de Cuenca se considera importante el cuidado de sus mascotas, especialmente los animales caninos, y para ello se decide emprender un negocio que sea capaz de brindar una alternativa de desarrollo económico y social, y al mismo tiempo que represente una comodidad para los dueños de las mascotas, así surge la idea de implementar una peluquería canina móvil. En la actualidad, se vive en un ámbito social globalizado, donde cada día se tiene menos tiempo para el cuidado de las mascotas, y es por esto que se va buscando nuevas alternativas para no descuidarlos.

Debido a esta situación se ve la necesidad de implementar una empresa que ofrezca un servicio que facilite el cuidado y la estética de las mascotas, a su vez que genere interés en la ciudadanía cuencana debido a la forma de brindar del servicio.

De estas necesidades surge la idea de S-PA DOGS la peluquería canina móvil, que brinda la facilidad a sus clientes de un servicio a domicilio evitándoles a los dueños de las mascotas tenerlas que ir a dejar y a retirar de las diferentes clínicas veterinarias existentes.

Por lo que el presente proyecto busca economizar el tiempo de los dueños de las mascotas brindándoles una alternativa innovadora, cómoda y segura para que sus canes estén siempre saludables y con buena presencia.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1 Concepción del negocio

PELUQUERIA CANINA MOVIL “S-PA DOGS” será una empresa dedicada a brindar servicio de cuidado y aseo de mascotas especialmente los animales caninos dentro de la ciudad de Cuenca.

Este servicio, conjuntamente con otros complementos para el cuidado, belleza y salud, de las mascotas caninas, son exhibidos para su venta en el vehículo que recorrerá todo el sector urbano de la ciudad de Cuenca, siendo un negocio dirigido por sus propietarios y su representante legal el Sr. “Xavier Esteban Avecillas Farfán, quien viendo las necesidades del usuario y el vivir en un ámbito social globalizado, donde cada día se tiene menos tiempo para el cuidado de las mascotas, se ve la obligación de buscar nuevas alternativas para no descuidar su aseo.

Los servicios brindados son exclusivos, y varían según los gustos y preferencias de los clientes. Dicho mercado está constituido por todos los dueños de mascotas que se encuentran ubicados en los diferentes lugares de la zona urbana de la ciudad de Cuenca.

La microempresa hasta el momento se encuentra en proceso de constitución.

1.2 Misión

Brindar un servicio de alta calidad para el cuidado y aseo de mascotas caninas ofreciendo comodidad a sus propietarios para que los mantengan siempre sanos y saludables.

1.3 Visión

Llegar a ser líderes y lograr un alto nivel de reconocimiento y competitividad en el mercado, innovando constantemente nuestros servicios para seguir ofreciendo un servicio de calidad a los clientes.

1.4 Principios y Valores

Principios.

- Calidad en el servicio.
- Excelencia.
- Honestidad.
- Puntualidad.

Valores

- Respeto al cliente.
- Sinceridad para los clientes.
- Compromiso.
- Innovación.

1.5 Análisis F.O.D.A.

Fortalezas

- Los instrumentos y materiales con los que se cuenta, no ocupan mucho espacio por lo que no es necesario contar con una bodega.
- Calidad en el servicio.
- Amabilidad en la atención.
- Personal capacitado.
- Financiamiento propio.
- Al ser una microempresa cuenta con el personal suficiente

Oportunidades

- Los instrumentos y materiales con los que se cuenta, no ocupan mucho espacio por lo que no es necesario contar con una bodega.
- Es un servicio innovador en la ciudad de Cuenca.
- Demanda de los dueños de las mascotas que se preocupan por su cuidado.
- Accesibilidad medios de comunicación para dar a conocer el servicio en el mercado

Debilidades

- Debido a que es una microempresa existe la dificultad de satisfacer las exigencias de todo el mercado.
- Falta de descuentos y promociones
- El riesgo de no tener prestigio

Amenazas

- Elevación en los precios de los materiales e insumos
- Aparición de negocios similares
- Crisis que afecta a la economía de los clientes potenciales

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 Servicio

El presente proyecto comprende la implementación de una microempresa que se dedicará a prestar servicio de higiene, cuidado y estética de las mascotas caninas mediante una asistencia a domicilio a través de un sistema móvil, para optimizar el tiempo y recursos de los dueños de las mascotas.

2.2 Análisis de la Demanda

Levantamiento de información primaria

Para realizar el análisis de la demanda del servicio en estudio, debido a la poca información emitida por parte de las clínicas veterinarias locales y la información recopilada en las páginas de internet, se ha tomado como base la información primaria obtenida mediante encuestas realizadas en la ciudad, la cual nos ayudará a definir las tendencias de uso, las preferencias del consumidor y los canales de distribución óptimos para el servicio a prestarse.

Análisis de los datos de fuentes primarias

Para el desarrollo del presente proyecto se ha tomado en consideración un nivel de confianza del 95% y un porcentaje de error en las encuestas de 7%. Para determinar el tamaño de la muestra que proporcione estos parámetros, se practicó un muestreo piloto mediante la pregunta: si se utilizaría o no el servicio en estudio, esto es, la Peluquería Canina Móvil. Esta encuesta se aplicó principalmente a dueños de mascotas caninas, con un nivel socio-económico medio alto.

El cálculo del tamaño de la muestra en la Ciudad de Cuenca a encuestar se basa en tres factores principales: a) nivel de variabilidad que se calcula para comprobar una hipótesis; b) nivel de confianza; y, c) margen de error aceptable. Por lo tanto, aplicando la siguiente fórmula matemática obtendremos el tamaño de la muestra.

La siguiente formula será utilizada debido a que tenemos una población infinita ya que no se conoce el número exacto de la población media alta de la Ciudad de Cuenca que posee una mascota canina.

$$m = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

(Murray R. Spiegel y Larry J. Stephens, 2009)

En donde:

m = tamaño de la muestra

z = nivel de confianza deseado

p = variabilidad positiva

q = variabilidad negativa

e = precisión o error

Nivel de confianza.- es el porcentaje de seguridad existente, en base al cual será posible generalizar los resultados obtenidos.

En este caso los cálculos del tamaño de la muestra se realizaran con un nivel de confianza del 95%, nivel aceptable utilizado en la práctica. A partir de este porcentaje, se obtiene el valor de la variable “z=1,96” a ser aplicado en la fórmula de cálculo, mismo que se determinará en base a su correspondencia con uno de los valores constantes en la tabla de *áreas para la distribución normal estándar*.

Margen de error.- equivale a elegir la probabilidad de aceptar una hipótesis que sea falsa como si fuera verdadera, o rechazar una verdadera por considerarla falsa.

Para el presente caso el porcentaje de error utilizado es del 7%.

Variabilidad.- es la probabilidad con la que se aceptó y se rechazó la hipótesis que se quiere investigar en algún estudio anterior o en un ensayo previo a la investigación actual.

El porcentaje con que se aceptó tal hipótesis se denomina variabilidad positiva (p), y el porcentaje con el que se rechazó se la hipótesis es la variabilidad negativa (q). Los valores de p y q son complementarios, la suma de ambos es igual a la unidad.

En el presente caso se utilizara la máxima variabilidad, lo que significa que p y q son iguales, esto debido a que no se pudo aplicar una prueba previa o no existen antecedentes sobre la investigación, por lo tanto $p=0.8$ $q=0.2$

Los resultados fueron: de las 30 personas encuestadas el 80% utilizaría el servicio. Con estos datos se procedió a calcular el tamaño de la muestra obteniendo los siguientes resultados.

Datos:

Probabilidad de compra (p): 0.8

Probabilidad de no compra (q): 0.2

Nivel de confianza (z): 95%

Error (e): 7%

$$n = \frac{p * q * z^2}{e^2} = \frac{0.8 * 0.2 * 1.96^2}{0.07^2}$$

$$n = 125$$

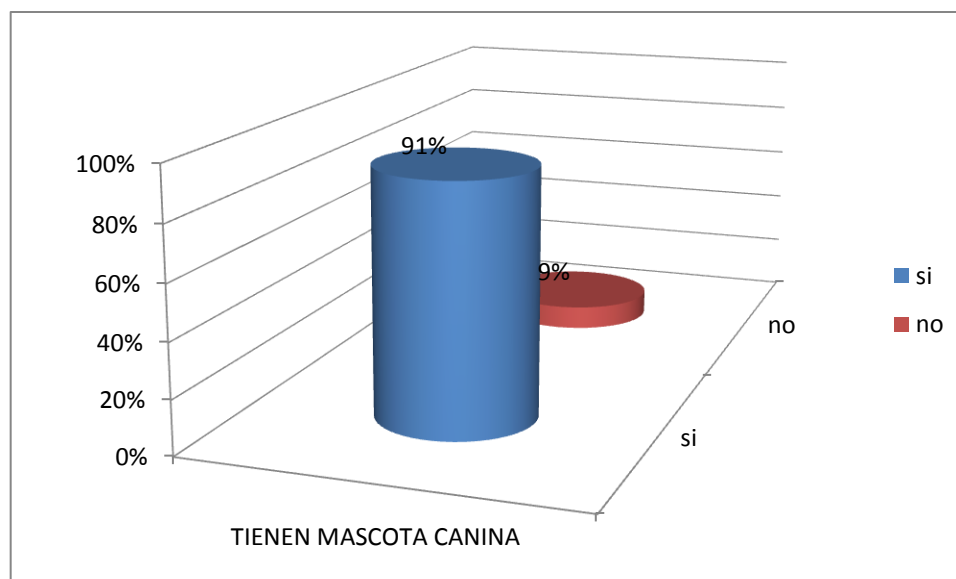
Para aplicar las encuestas se tomó en cuenta a qué tipo de población va dirigido el producto, razón por la cual se las realizó principalmente a personas con un nivel socio-económico medio alto, pues se sabe que no toda la población tiene la capacidad económica para adquirir este tipo de servicios ya que buena parte de ella tiene otras necesidades básicas cuya satisfacción consideran de mayor importancia. También se tomó en consideración a personas en cuyas manos este el poder de decisión sobre la utilización o no de ciertos servicios.

**Encuesta aplicada para determinar la demanda sobre la Peluquería Canina Móvil
“S-PA DOGS”**

1. ¿Tiene usted una mascota canina?

Respuestas:

	Número	Porcentaje
Si:	114	91,00%
No:	11	9,00%

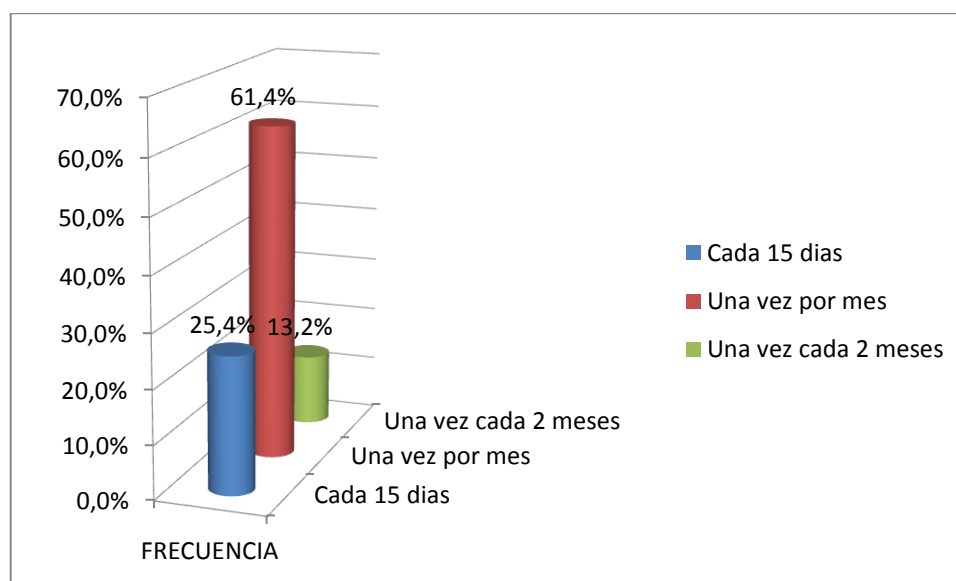


2. ¿Con que frecuencia usted lleva a la peluquería a su mascota?

Respuestas:

	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Cada 15 días	29	25,40%
Una vez por mes	70	61,40%
Una vez cada 2 meses	15	13,40%

Los porcentajes de los resultados para la pregunta número 2, están calculados en relación al número de personas con respuesta afirmativa en la pregunta número 1.



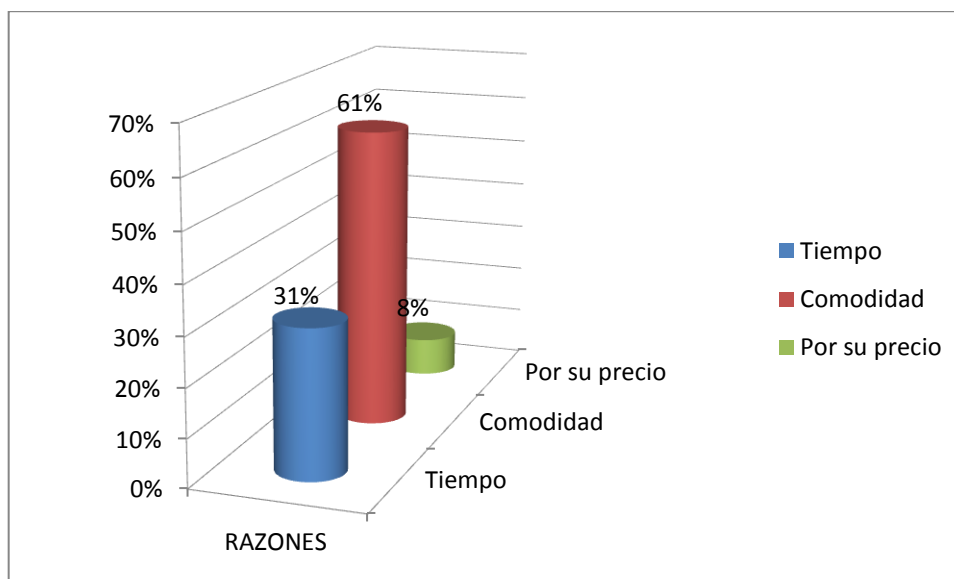
Frecuencia con la que lleva a su mascota a la peluquería.

3. Señale la/las razones por las cuales utilizaría el servicio de peluquería canina.

Respuestas:

	Número	Porcentaje
a. Tiempo	35	31,00%
b. Comodidad	70	61,00%
c. Por su precio	9	8,00%

Los porcentajes de los resultados para la pregunta número 3, están calculados en relación al número de personas con respuesta afirmativa en la pregunta número 1.



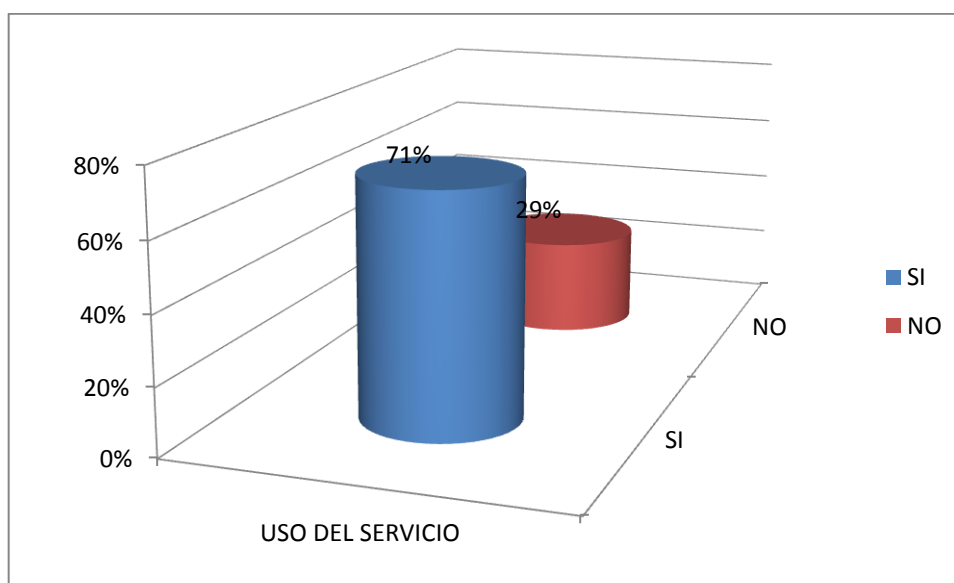
Razones por las cuales se utilizaría el servicio de peluquería canina

4. ¿Utilizaría usted la peluquería canina móvil, teniendo en cuenta que es un servicio a domicilio lo que le permitiría continuar con sus actividades?

Respuestas:

	Número	Porcentaje
Si	81	71,00%
No	33	29,00%

Los porcentajes de los resultados para la pregunta número 4, están calculados en relación al número de personas con respuesta afirmativa en la pregunta número 1.

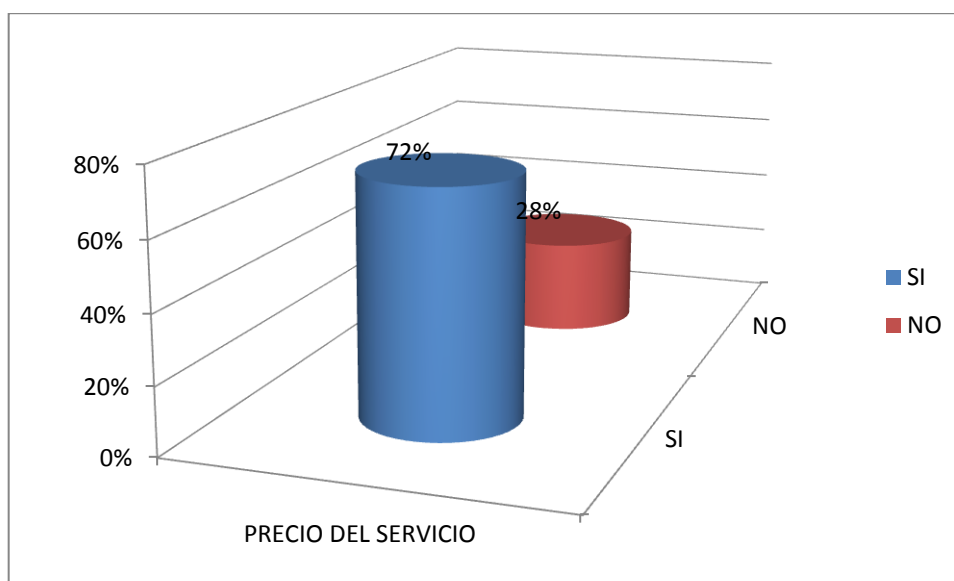


5. ¿Estaría dispuesto a pagar un 5% más de lo usual por el servicio de peluquería canina móvil?

Respuestas:

	Número	Porcentaje
Si	58	72,00%
No	23	28,00%

Los porcentajes de resultados para la pregunta 5 están calculados en relación al número de personas con respuesta afirmativa en la pregunta número 4.



Análisis de los resultados de las encuestas

Las preguntas de la encuesta fueron realizadas con el propósito de cuantificar el mercado hacia el cual va dirigido el producto en estudio. De acuerdo a información obtenida en la base de datos del INEC, en el último censo realizado en el 2010, el número de habitantes en el cantón Cuenca, en términos generales, es de 505.585, de los cuales 35% está dentro de un nivel socio-económico medio alto (datos obtenidos experimentalmente por quienes desarrollan el proyecto). (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Por otro lado, se debe considerar la existencia de las clínicas veterinarias que pudieran ser catalogadas como competencia, las mismas que ofrecen un servicio similar al que se pretende ofertar y que si bien no cuentan con un servicio móvil, se debe considerar que su servicio se encuentran actualmente en el mercado hacia el cual se dirige el proyecto en análisis.

Según la encuesta realizada observamos que la principal razón para contar con el servicio de la peluquería canina móvil es el bienestar de las mascotas y sus dueños, lo cual ha sido comprobado a través de la pregunta 3 obteniendo porcentajes de un 61% en la opción “comodidad”, a diferencia del 8% referente a la opción “precio”, que es la de menor aceptación en cuanto a porcentajes.

En cuanto a la pregunta 5 obtuvimos que 72% estaría dispuesto a pagar 5% más del valor usual por el servicio, a cambio de beneficiarse de las nuevas características que se buscan incorporar al servicio.

2.3 Análisis de la Oferta

En el cantón Cuenca de la provincia del Azuay existe el servicio de peluquería canina únicamente en las veterinarias de la localidad, los cuales tienen características similares al servicio que se expone en el presente proyecto. Por otro lado, existe la cultura de la gente del lugar que prefiere atender personalmente a sus mascotas.

De acuerdo a las encuestas realizadas, sobre la aceptación del servicio, ante la falta de datos estadísticos oficiales, y con el fin de determinar el mercado que sería satisfecho por los dueños de las mascotas que prefieren atenderlos personalmente, se tomará como referencia el porcentaje de respuestas negativas como la cantidad de demanda que será cubierta por los servicios similares al aquí expuesto, valor que alcanza un porcentaje del 29% de las respuestas válidas tabuladas.

2.4 Demanda Insatisfecha y Demanda del Proyecto

La demanda insatisfecha del proyecto es el 100% puesto que es un servicio que no existe en la ciudad de Cuenca, sin embargo, se debe considerar las personas que prefieren atender personalmente a sus mascotas, las cuales representan un porcentaje de 29% , por lo que, el porcentaje de la demanda insatisfecha se reduce a 71%.

Por otro lado, teniendo en cuenta que se está hablando en este proyecto de una microempresa, se concluye que la capacidad del servicio, en un inicio, no puede ser lo suficientemente elevada para satisfacer la demanda total insatisfecha, por lo cual se proyecta brindar el servicio únicamente al 25% de la misma, lo que equivale a un máximo de 5 perros por día, ya que con cada mascota se ocupará un tiempo aproximado de una hora y media lo cual dependerá además del servicio que requiera y considerando que las jornadas de trabajo serán de 6 días a la semana.

2.5 Análisis de la Comercialización

El único canal de distribución de la peluquería canina móvil es el remolque en el cual se va a brindar el servicio ya que se va a realizar de una manera personalizada y directa en cada uno de los hogares de las mascotas

Nuestro mercado objetivo son las personas de un nivel socioeconómico medio alto ya que por sus múltiples actividades son quienes no cuentan con el tiempo necesario para dedicarles a sus mascotas y los que estarían dispuestos a pagar un valor adicional por la comodidad que brinda el servicio.

Estrategias de introducción al mercado

Para asegurar la efectiva comercialización del servicio la microempresa ha planteado las siguientes estrategias:

- Innovador servicio de peluquería canina
- La peluquería canina “S-PA DOGS” te ofrece comodidad y ahorro de tiempo.
- La peluquería canina móvil “S-PA DOGS” ofrece cero estrés a su mascota ya que no debe trasladarse a otro lugar.
- La publicidad del servicio se realizará por los medios de comunicación que frecuentemente llaman la atención del mercado que se va atender.

2.6 Análisis de los Precios

El precio se determina en relación al tipo de servicio que se da a cada mascota. También se tomó en cuenta el precio de los servicios similares, y finalmente se realizó un análisis de las ventajas que nuestro servicio ofrece, obteniendo los siguientes datos:

Competidor	Precio en el Mercado
Veterinarias	\$25,00 - \$70,00

CARÁCTERÍSTICAS DE LA MASCOTA	PRECIO
Pequeño, pelaje no estropeado y limpio	25.00
Pequeño, pelaje no estropeado y sin bañar	27.00
Pequeño, pelaje estropeado y sin bañar	30.00
Pequeño, pelaje estropeado y bañado	35.00
Mediano, pelaje no estropeado y limpio	30.00
Mediano, pelaje no estropeado y sin bañar	32.00
Mediano, pelaje estropeado y sin bañar	35.00
Mediano, pelaje estropeado y bañado	40.00
Grande, pelaje no estropeado y limpio	35.00
Grande, pelaje no estropeado y sin bañar	40.00
Grande, pelaje estropeado y sin bañar	45.00
Grande, pelaje estropeado y bañado	50.00
Extra grande, pelaje no estropeado y limpio	45.00
Extra grande, pelaje no estropeado y sin bañar	50.00
Extra grande, pelaje estropeado y sin bañar	55.00
Extra grande, pelaje estropeado y bañado	60.00
Gigante, pelaje no estropeado y limpio	55.00
Gigante, pelaje no estropeado y sin bañar	60.00
Gigante, pelaje estropeado y sin bañar	65.00
Gigante, pelaje estropeado y bañado	70.00
Fuente: Clínica Veterinaria Mora	
Tabla 1. Características de las mascotas	

Este será el precio unitario dependiendo de las características de cada una de las mascotas. Sin embargo, teniendo en cuenta que el servicio será realizado a domicilio, entonces el valor real aproximado de cada servicio será del 5 % más; del precio con el cual se realiza el servicio de los competidores directos. Si bien el precio es un 5% mayor en relación al servicio prestado por la competencia, se debe tomar en cuenta que el costo del mismo sube por el proceso que en él se realiza. Se ha adoptado este porcentaje teniendo en cuenta que en el caso de la ciudad en donde se va a comercializar el servicio existe un importante hábito de higiene y salud en las mascotas por parte de sus dueños.

Por lo señalado, se concluye que el precio fijado es apto para el proceso de introducción del servicio al mercado, mismo que ayudara a cubrir el costo de todos los procesos para la implementación y comercialización del mismo, luego de los cuales existirá un porcentaje de ganancia considerable.

LISTA DE PRECIOS DE “S-PA DOGS”	PRECIO	5 %
Pequeño, bañado, secado y peinado	30,00	31,50
Mediano, bañado, secado y peinado	35,00	36,75
Grande, bañado, secado y peinado	42,50	44,63
Elaborado por: Avecillas Farfán-Álvarez Molina		
Tabla 2. Lista de Precios		

Pero debemos tomar en cuenta el resultado de las encuestas donde los potenciales clientes manifestaron que su principal requerimiento es tener un servicio de calidad a un precio que este a su alcance.

2.7 Conclusiones del Análisis del Mercado

- Se ha determinado que existe un porcentaje considerable de demanda insatisfecha por este tipo de servicios, la cual es principalmente captada por las veterinarias que prestan un servicio similar al que en este proyecto se expone. También se ha ratificado la existencia de una demanda potencial insatisfecha equivalente a un 71%, la cual se intentara cubrir en su totalidad a medida que la microempresa crezca y aumente su participación en el mercado.
- Según los datos analizados y considerando el mercado actual la microempresa estará en capacidad de prestar el servicio a un 25% de la demanda potencial insatisfecha existente, dicho porcentaje representa un máximo de 5 perros por día.
- El precio del servicio al cliente dependerá del tamaño y del trabajo a realizarse en la mascota como se detalla en la tabla 2. Se puede notar claramente que los precios de los diferentes servicios se encuentra al nivel de aquel fijado por los principales competidores.

Por otro lado, se debe considerar que el servicio ofrecido por las diferentes veterinarias tiene un costo inferior al del servicio que se ofrece en este proyecto, sin embargo, se debe tener presente que las mismas no tienen un servicio móvil, a domicilio como el que se pretende entregar. Por lo expuesto en líneas anteriores se establecerá un incremento del 5% al valor fijado en el mercado. (Tabla 2. Lista de Precios).

Es importante tomar en cuenta que el valor indicado es susceptible a pequeñas variaciones, teniendo cuenta la influencia de los estudios técnico y económico, que deberán llevarse a cabo posteriormente.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Determinación de la Localización

Para determinar la ubicación óptima de la microempresa se ha realizado un análisis mediante el método de ponderación de variables, en el cual se consideran variables que, se cree, son estratégicas para el correcto desarrollo de la actividad de la microempresa. Las localizaciones que se van a comparar se encuentran en la zona urbana del Cantón Cuenca, provincia del Azuay.

A continuación se enumeran las variables que se van a considerar para el análisis y se detallan las razones por las cuales han sido seleccionadas:

Oferta de materiales y suministros.- Es muy importante tomar en cuenta si los materiales y suministros necesarios para la desarrollar del servicio están disponible y son los óptimos. También se debe analizar si los materiales y suministros son asequibles a un costo razonable que garantice la rentabilidad de la microempresa.

Acceso al mercado.- Se debe considerar la cercanía a los principales centros de atención que se ha escogido para el servicio. El hecho de que las localizaciones a analizar se encuentren dentro de la ciudad es un punto favorable, pues facilita el comercio.

Facilidades de logística.- En el caso de esta variable se ha considerado dentro de ella factores como: facilidades de acceso con vías en buen estado, la presencia de servicios básicos como lo son agua potable, alcantarillado, comunicaciones, la disponibilidad de transporte.

Costo del remolque.- Se ha estimado también importante tomar en consideración, cuáles de las dos opciones tiene el costo más aceptable y manejable en cuanto para la implementación de la microempresa. Pues se plantea en el presente proyecto que la misma se inicie con la menor inversión posible.

Opción 1. Adquisición de una furgoneta, a la cual se le tiene que realizar las adecuaciones necesarias para su funcionamiento. Costo aproximado \$ 40.000,00 mas el costo de la implementación \$ 5.560,00

Opción 2. Elaboración de un remolque de 2,00 m de largo de ancho y alto. Costo aproximado \$ 5.000,00 mas el costo de implementación \$ 5.560,00 sin contar con el costo del vehículo que se ocupara que es de \$ 12.000,00.

Observamos que la mejor opción es la dos ya que tiene una inversión inicial inferior y es más rápido recuperar la inversión.

3.2 Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto

Uno de los factores que influye de forma directa sobre el tamaño óptimo de la microempresa es la demanda potencial insatisfecha. Según el estudio de mercado anteriormente realizado y los resultados obtenidos del mismo, la microempresa tendría una capacidad de servicio 5 perros por día, representando solo un 25% de la demanda total exigida por el mercado.

Es importante considerar que al ser una empresa nueva, ésta no tendrá la capacidad de satisfacer inmediatamente las necesidades del mercado. Sin embargo, teniendo en cuenta la forma en la que ha sido concebida, la empresa buscará oportunidades de crecimiento proponiéndose como objetivo que el mismo sea de un 10 % anual, con lo cual, dentro del lapso de cinco años, se pretende tener una mayor participación en el mercado y estar en la capacidad de responder adecuadamente a los requerimientos del mismo.

Considerando lo anteriormente expuesto resulta importante y estratégico, plantear desde un principio que el tamaño óptimo vaya acorde con el crecimiento que la empresa experimentará durante los próximos cinco años, para lo cual se realizará a continuación el cálculo de la capacidad optima con la que se debe contar:

Año	N° de mascotas
1	1440
2	1584
3	1742
4	1916
5	2107
Elaborado por: AVECILLAS FARFÁN-ALVAREZ MOLINA	
Tabla 3. Proyección del Crecimiento	

Como podemos observar, en la Tabla 3. Proyección de Crecimiento, se muestra el crecimiento en cuanto a capacidad para prestar el servicio que la empresa tendrá durante cada año, durante los próximos cinco años. De este análisis se determina que la capacidad óptima de la empresa será de 2107 canes al completar tal período.

En el caso de los demás factores que influyen en la capacidad óptima de la microempresa, como el caso de la disponibilidad de materiales y suministros, su análisis ya fue tomado a consideración en la construcción del remolque y se determinó que la opción elegida cuenta con los materiales y suministros necesarios y óptimos para el prestar el servicio.

En lo que respecta a los equipos, la capacidad definida en este punto permitirá establecer los equipos necesarios para el proceso, en base a lo cual se buscara que la inversión en los mismos sea la mejor posible para garantizar que el proyecto podrá salir a flote.

3.3 Descripción del Proceso

- **Reservar la Cita:** el cliente se comunica a las líneas disponibles para hacer su reserva, se le agenda una fecha y hora dependiendo de la disponibilidad, en ese momento indican el tipo de servicio que requieren.
- **Traslado al domicilio:** el día de la cita se acude en forma puntual al domicilio de la mascota para prestar el servicio contratado.

- **Corte:** Este depende del estado de la lana de la mascota y según la preferencia del dueño.
- **Baño:** se realiza el baño completo con agua caliente con un shampoo especial, dependiendo del pelaje de cada can.
- **Secado:** para este proceso se utiliza una secadora manual y una toalla para las partes en las que no es posible el uso de la secadora (partes sensibles).
- **Limpieza de oídos:** se utiliza un algodón empapado del alcohol el cual se introduce en la oreja del can y se le va limpiando de adentro hacia afuera y el contorno.
- **Corte de uñas:** se realiza con un corta uñas especial para perros, se debe despejar la lana del área de la uña, ubicar el vaso sanguíneo (la parte mas rosada) para evitar cortarlo y que tenga una hemorragia, de ahí para adelante toda la parte blanca se puede cortar, en caso de uñas oscuras se debe tener mayor cuidado ya que no se visualiza con claridad el vaso.
- **Paliacate y perfumando:** por ultimo colocamos a las mascotas el pañuelo y el perfume con lo que quedarían listo para entregárselos a sus dueños.

3.4 Selección de Equipos

Una vez conocidas todas las operaciones y los materiales e insumos necesarios para realizar la prestación del servicio de peluquería, es posible asimismo tener una idea previa de las necesidades de equipos con los que se debe contar.

El presente proyecto intenta establecer que la inversión en la instalación sea de la menor cantidad de dinero posible, por lo que se debe prever que los equipos que se adquieran sean suficientes y cuenten con la capacidad necesaria para cumplir con las funciones que se demandan.

Muchos de los equipos que son necesarios para la prestación del servicio no se los puede encontrar de la capacidad exacta que se describe en el presente proyecto, por lo cual se buscará adquirir aquellos cuya capacidad se aproxime más a los valores reales.

Algunas de la actividades o procesos que se han expuesto anteriormente no necesitan de equipos para su realización, pero sí de cierta indumentaria que se debe considerar para su correcta ejecución. A continuación se expone la tabla de equipos necesarios junto con las herramientas y otras indumentarias también requeridas.

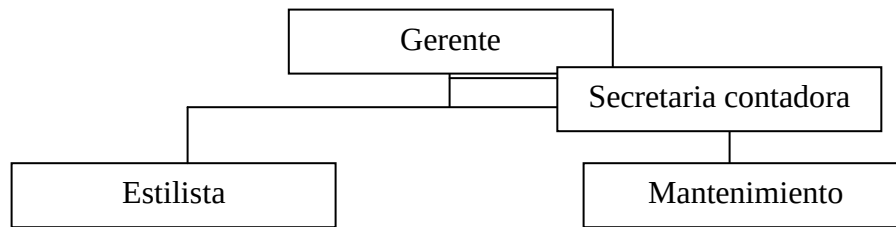
3.5 La Organización

Al tratarse el proyecto sobre el estudio de la implementación de una microempresa, se cuenta con un reducido número de personal, mismo que dentro de la organización empresarial será multifuncional.

A continuación se enumeran y describen los principales cargos con los que contara la microempresa:

- *Gerente General.*- Estará encargado de dirigir la empresa, de realizar la selección de proveedores. Asimismo, se encargara de la publicidad y recepción de las citas.
- *Secretaria Contadora.*- Se encargará llevar a cabo las funciones propias al cargo de acuerdo al manual de funciones que deberá elaborarse, adicionalmente a lo cual, será la encargada de llevar la contabilidad de la empresa.
- *Estilista.*- Sera el encargado de realizar las funciones de baño, secado, corte y peinado de las mascotas.
- *Mantenimiento.*- Será la persona que, después de cada jornada de trabajo, se encargará de revisar todos los equipos con la finalidad de supervisar su normal funcionamiento.

Con lo expuesto anteriormente se estructura a continuación el organigrama general de la microempresa:



El organigrama presentado anteriormente ha sido diseñado para las actividades que la microempresa desarrollará en el primer año de funcionamiento. En el caso de los años subsiguientes, se deberá realizar una revisión del mismo para adecuarlo a las necesidades de aquel momento.

3.6 Distribución del proyecto

Distribución interna

Un punto importante en el desarrollo del estudio técnico es el de la distribución del vehículo disponible para el servicio, en razón de las diferentes áreas de trabajo, la cual procurará minimizar el recorrido de los materiales y garantizar la seguridad de los trabajadores. En la distribución se tomará en cuenta todas las áreas con las que contará la microempresa.

Áreas de trabajo

Luego de la determinación de equipos, mano de obra y procesos es necesario calcular el tamaño de las aéreas para cada actividad a realizarse en la empresa. Se debe considerar que se está haciendo el análisis de una microempresa por lo que se debe realizar una planeación adecuada para un posible crecimiento a futuro. Las áreas a considerarse son las siguientes:

- *Área de Baño y Secado.*- Se tomara en cuenta las dimensiones de la bañera 2,00 m de largo por 1,51 m de alto y 0,61 m de fondo; un espacio adecuado para la circulación del personal, asignando un área de 2 m² para esta actividad.
- *Área de Corte y Peinado.*- Se toma en cuenta las dimensiones de la mesa de peluquería, tablero de 1,20 m de largo por 0,65 m de fondo con una altura regulable de 0,48 a 0,97 m, un espacio considerable para la circulación del personal, asignando 1,60 m² para esta actividad.
- *Almacenamiento de materiales e insumos.*- En la parte superior de la bañera irán instaladas 2 gavetas cada una tiene 0,60 m de largo por 0,25 m de alto y de fondo las cuales no ocupan un área independiente de trabajo.
- *Administración.*- Esta área se desarrollara en el remolque.

En la tabla, que se presenta a continuación representa el resumen de las áreas con las que contara la empresa.

Área	m ²
Baño y Secado	2,00
Corte y Peinado	1,60
Tabla 4. Elaborado por: Avecillas Farfán-Alvarez Molina	

En Anexo 1 se muestra el Lay-Out con el que contara la microempresa, en el cual podremos observar la distribución de las diferentes áreas que se ha determinado para un correcto funcionamiento.

3.7 Marco Legal

En cuanto a los requerimientos legales que la empresa debe cumplir para su funcionamiento y correcto desarrollo de actividad se encuentran:

- *Registro único de contribuyentes*

Documento obligatorio para personas que realicen actividades económicas, el objetivo es registrar e identificar con fines impositivos para la administración tributaria.

- *Patente municipal*

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

- *Seguro*

Son sujetos de afiliación del Seguro Social obligatorio todos los empleados privados o particulares, para el cual deberá sacar el número patronal.

- *Licencia sanitaria de venta*

Para micro empresarial y artesanal para que puedan prestar los servicios.

- *Instalaciones*

El remolque será instalado de tal manera que el riesgo al medio ambiente que la rodea sea mínimo.

Las estructuras que se encontrarán en contacto directo con las mascotas deberán ser construidas con materiales inoxidables y adecuados para prestar el servicio que deberán ser fáciles de limpiar, desinfectar y estar libres de ejercer contaminación o infección alguna para las mascotas.

- *Vehículo*

El remolque debe ser diseñado y construido de tal manera que evite el ingreso de polvo, humedad, materias extrañas y plagas.

El remolque será sólido y tendrá el espacio suficiente para lograr una óptima distribución de áreas, así como, de equipos que faciliten las operaciones, mantenimientos y limpiezas.

Las áreas en las que se divida el remolque deberán ser correctamente identificadas y distribuidas para así lograr un buen nivel de higiene en todas las operaciones.

- *Áreas, Accesos, Estructuras Internas*

El flujo del proceso se ha realizado con una distribución tipo L, iniciando en la recepción de la mascota hasta la entrega de la misma a su dueño en el extremo contrario al ingreso, de esta manera se permite un correcto flujo de las operaciones evitando interrupciones, cruces y contaminaciones.

Los pisos paredes y techos serán contruidos de tal manera que se puedan limpiarse adecuadamente y darles el mantenimiento óptimo para garantizar su durabilidad y sus buenas condiciones.

Las áreas críticas de unión entre las paredes y pisos serán cóncavas con el objetivo de garantizar su limpieza y evitar la acumulación de suciedad.

En el caso de los pisos se construirán con materiales antideslizantes, de fácil limpieza y desinfección, y alta durabilidad.

La bañera y la mesa de peluquería, están contruidas con materiales de fácil limpieza y desinfección, y con materiales de alta durabilidad que sean aptos para estar en contacto con las mascotas.

Las ventanas que se encuentran en el cajón serán contruidas con materiales de fácil limpieza, serán diseñadas y contruidas para evitar la acumulación de suciedad, y donde sea necesaria serán provistas de filtros contra polvo o insectos.

Las ventanas contarán con una película protectora para en caso de ruptura impedir que los restos de vidrio causen daño a las mascotas.

Se contará con drenajes para la eliminación adecuada de los desechos líquidos, y donde sea necesaria se colocará en los mismos una trampa para sólidos.

Suministros

- *Electricidad*

Las redes eléctricas serán abiertas y los terminales estarán adosados a la pared. Deberá evitarse la presencia de cables colgantes principalmente en el área de donde se realiza el trabajo con las mascotas.

- *Iluminación*

El cajón deberá tener la suficiente iluminación para que garantice el correcto desenvolvimiento de las actividades, de no disponer de la luz natural, se utilizara luz artificial.

Las fuentes de luz que se encuentren fijas sobre las áreas donde se presta el servicio las mismas que tendrán una protección para en caso de ruptura evitar causar daño a las mascotas con sus fragmentos.

- *Agua*

El remolque dispondrá de un adecuado sistema de abastecimiento y distribución de agua potable, necesaria para realizar el servicio. Este suministro contara con mecanismos para garantizar la temperatura y presión requeridas en el servicio, en la limpieza y desinfección.

Todas las tuberías así como válvulas usadas en el sistema de distribución del agua serán completamente identificables y diferenciables.

- *Desechos líquidos*

Los drenajes y sistemas de disposición serán diseñados y contruidos para evitar la contaminación y tener una correcta eliminación de los residuos obtenidos durante el proceso, donde sea necesario se colocaran trampas para retener sólidos.

- *Desechos Sólidos*

El remolque contara con un sistema adecuado de recolección, almacenaje, protección y eliminación de basura. Los recipientes que contendrán la basura deberán estar provistos de tapa y deberán estar correctamente identificados en caso de contener sustancia toxicas.

3.8 Administración y Organización

Se mencionó desde el principio que se trata de una microempresa, cuya característica principal es el poseer poco personal. Algunos puestos que aparecen en el organigrama son multifuncionales, es decir, una sola persona ejerce varias labores; por ejemplo el

gerente propietario tendrá que desempeñar la función de dirigir la microempresa, salir a vender el servicio, y realizar labores de peluquería etc.

El estudio sobre la organización y aspectos legales que la empresa a implementarse deberá cumplir. Se ha identificado que serán necesarias dos personas para realizar el servicio tanto administrativo como operativo. En cuanto a los aspectos legales se ha visto que es necesario obtener una autorización municipal para el funcionamiento, así como un permiso que será conferido por el mismo órgano, una vez efectuado el estudio sobre el impacto ambiental. Adicionalmente, en para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, se ha establecido que es necesario obtener el Registro Único de Contribuyentes a través del Servicio de Rentas Internas, al igual que un permiso de funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos.

3.9 Conclusiones del Estudio Técnico

- El estudio técnico nos muestra que el proyecto es viable debido a que cumple con todos los requisitos, como localización, procesos, equipos, organización, etc.
- Esto a su vez nos da una visión global de que el proyecto cumple con todas las condiciones y es factible para su realización.
- También se observa que se cumple con todos los permisos sanitarios y de higiene así se evitaban problemas de salud tanto de las mascotas como de los empleados.
- Se contará con los equipos adecuados para prestar un excelente servicio de peluquería canina.

CAPITULO 4

ESTUDIO ECONÓMICO

4.1 Determinación de ingresos

Ingresos

En este punto se toman en cuenta las ventas anuales del servicio en estudio. Para el cálculo de los ingresos ha considerado el número de veces que se realice el servicio, según el estudio de mercado, el sector estaría dispuesto a adquirir, valor que fue multiplicado por el precio de venta establecido en el mismo estudio.

Para obtener el precio unitario calculamos la media de la lista de precios ya que no todas las mascotas tienen las mismas características. Adicional a esto incrementamos el 5% del valor del servicio.

Media del Precio Unitario: $(31,50 + 44,63) / 2 = 38,07$

INGRESOS			
Unidades	CONCEPTO	UNITARIO (\$)	ANUAL (\$)
1440	SERVICIO	38,07	54820,80
	TOTAL	38,07	54820,80

4.2 Inversión inicial

Comprende el dinero necesario para la adquisición de los activos fijos requeridos para el inicio de las operaciones de la empresa, incluyendo el capital de trabajo.

Se considera que los inversionistas cuentan con parte del capital necesario para hacer las inversiones y los gastos referentes a proceso, tamaño y localización.

A continuación se expone cada uno de los rubros que se han considerado para determinar el total de inversión con la que se debe contar.

Activos Fijos

La inversión fija del proyecto contempla la inversión en activos fijos tangibles que se utilizará en el proceso de transformación de insumos o sirven de apoyo a la operación normal del proyecto; obras físicas; así como la adquisición de mobiliario y equipo, entre otros, para su inicio de operación. (Anexo 2).

“Bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ellas ofrecidos. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos”(PEDRO, ZAPATA)

Se considera activos fijos al conjunto de bienes y derechos que no están sujetos a la venta de forma inmediata, y que sirven de apoyo para el desarrollo de la actividad de la empresa, mismos que están sujetos a depreciaciones y amortizaciones.

A continuación se detallan los activos fijos con los que contará la empresa:

MAQUINARIA Y EQUIPO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
1	Bañera de Acero Inox	700,00	700,00
2	Esquiladora	200,00	400,00
1	Expulsador	300,00	300,00
1	Mesa de Peluquería	900,00	900,00
6	Tijeras	20,00	120,00
3	Corta Uñas	50,00	150,00
6	Cepillo	15,00	90,00
1	Calefón	300,00	300,00
2	Tanques	150,00	300,00
2	Cilindros de Gas	50,00	100,00
1	Generador	1000,00	1000,00
Total maquinaria y equipo			4360,00

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
1	Computador portátil	1200,00	1200,00
Total Equipo de Computación			1200,00

VEHICULO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
1	Remolque	5000,00	5000,00
1	Vehículo	12000,00	12000,00
Total Vehículo			17000,00

TOTAL INVERSIÓN	22560,00
-----------------	----------

4.3 Cronograma de inversiones

Es importante realizar las inversiones oportunamente para apoyar de forma correcta el curso del proyecto; es así que un cronograma de inversiones nos ayudara a definir todos los procesos de implementación de la microempresa desde la adquisición del remolque hasta la puesta en marcha de la actividad.

A continuación se expone el cronograma de inversión para la microempresa en estudio.

CONCEPTO	AÑOS					
MQUINARIA Y EQUIPO	0	1	2	3	4	5
Bañera de Acero Inox	700,00					
Esquiladora	400,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Expulsador	300,00					
Mesa de Peluquería	900,00					
Tijeras	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Corta Uñas	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Cepillo	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Calefón	300,00					
Tanques	300,00					
Tanques de Gas	100,00					
Generador	1000,00					
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO	4360,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN						
Computador portátil	1200,00					
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1200,00			1200,00		
VEHICULO						
Remolque	5000,00					
Vehículo	12000,00					
TOTAL VEHICULO	17000,00					
TOTAL DE INVERSION	22560,00	560,00	560,00	1760,00	560,00	560,00

4.4 Determinación de Costos

Costos fijos

Este rubro está constituido por los costos y gastos del proyecto. Para establecer el valor total de egresos del mismo, se considera: los costos del servicio, gastos de administración.

“Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos.

Un costo fijo, es una erogación en que la empresa debe incurrir obligatoriamente, aun cuando la empresa opere a media marcha, o no lo haga, razón por la que son tan importantes en la estructura financiera de cualquier empresa.”(gerencie.com, Costos Fijos, 2013)

DESCRIPCION	FRECUENCIA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	Mensual	3,6 m ³	0,29	1,05	12,53
Gasolina Vehículo	Diaria	3 galones	1,49	107,28	1287,36
Gasolina Generador	Diaria	3 galones	1,49	107,28	1287,36
Gas	Mensual	2 cilindros	1,50	3,00	36,00
Shampoo	Mensual	2 galones	28,00	56,00	672,00
Guantes	Mensual	2 caja	5,00	10,00	120,00
Detergente	Mensual	1 funda	5,00	5,00	60,00
Desinfectante	Mensual	1 galón	5,00	5,00	60,00
Escobas	Anual	2	3,00		6,00
Fanelas	Mensual	4	2,00	8,00	96,00
Jabón Liquido	Mensual	1 galón	10,00	10,00	120,00
Trapeadores	Anual	2	5,00		10,00
Cuchillas	Mensual	2	35,00	70,00	84,00
TOTAL COSTOS FIJOS				1442,61	6911,25

Costos variables

“Como su nombre lo indica, el costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción.

Todo aquel costo que aumenta o disminuye según aumente o disminuya la producción, se conoce como costo variable.”(Gerencie.com, Costos Variables, 2013)

Hemos considerado como Costos Variables lo que nos solicita el cliente como algo adicional como colocar lazos o esmaltes.

COSTOS VARIABLES	
CONCEPTO	ANUAL (\$)
Imprevistos	200,00
Mantenimiento	1000,00
Total	1200,00

Gastos administrativos

Los gastos administrativos se constituyen por aquellos rubros en los que se debe incurrir para el funcionamiento de las actividades administrativas de “S-PA DOGS”, y son: sueldos y salarios, beneficios sociales, servicios básicos, capacitación, publicidad y depreciaciones de los activos que se usarán en las actividades.

Gastos Operacionales de Administración y Ventas		
	Mensual	Anual
Remuneraciones- Sueldos y Salarios	800,00	9600,00
Beneficios Sociales	172,00	2064,00
Depreciaciones	255,00	3060,00
Teléfono e Internet	60,00	720,00
Capacitación		1000,00
Publicidad	200,00	2400,00
Total Gastos	1487,00	18844,00

4.5 Depreciaciones y Amortizaciones

Depreciaciones

“Es la pérdida o disminución en el valor material o funcional del activo fijo tangible, la cual se debe fundamentalmente al desgaste de la propiedad porque no se ha cubierto con las reparaciones o con los reemplazos adecuados. Es un procedimiento de contabilidad que tiene como fin distribuir de manera sistemática y razonable, el costo de los activos fijos tangibles menos su valor de desecho (si lo tienen) entre la vida útil estimada de la unidad. Por tanto, la depreciación contable es un proceso de distribución y no de valuación. Pérdida de valor por el uso de un activo fijo que no se restaura mediante reparaciones o reposición de partes. Deterioro que sufren los bienes de capital durante el proceso productivo, cuantificable y aplicable en los costos de producción.”(Definición.org, depreciación, 2012)

Como política hemos de la microempresa establecimos que se considera como activo fijo para depreciar si su valor es igual o sobrepasa los \$ 500 de inversión, el cual realizaremos por el Método de línea recta. (Anexo 3)

Amortizaciones

No se considera, por ser primer año de implementación del negocio.

4.6 Capital de trabajo

Para el actual proyecto hemos determinado la estructura, condiciones básicas y necesarias de financiamiento en la adquisición de equipos de computación, equipos y maquinaria, capital de trabajo. Tenemos que tener en cuenta que todo lo detallado anteriormente serán adquiridos por Xavier Avecillas y Verónica Alvarez representantes de S-PA DOGS.

La estructura del capital se la ha determinado de esta manera, ya que los gastos incurridos en adecuación del lugar de trabajo y demás trámites legales, pueden ser solventados con lo ahorros de las dos accionistas sin tener la necesidad inmediata de recurrir en préstamos de instituciones financieras. En la posterioridad de acuerdo al desarrollo del negocio y con motivo de expansión se tomará en cuenta la financiación mediante instituciones financieras.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MQUINARIA Y EQUIPO			
Bañera de Acero Inox	1	700,00	700,00
Esquiladora	2	200,00	400,00
Expulsador	1	300,00	300,00
Mesa de Peluquería	1	900,00	900,00
Tijeras	6	20,00	120,00
Corta Uñas	3	50,00	150,00
Cepillo	6	15,00	90,00
Calefón	1	300,00	300,00
Tanques	2	150,00	300,00
Tanques de Gas	2	50,00	100,00
Generador	1	1000,00	1000,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			4360,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computador portátil	1	1200,00	1200,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN			1200,00
VEHICULO			
Remolque	1	5000,00	5000,00
Vehículo	1	12000,00	12000,00
TOTAL VEHICULO			17000,00
TOTAL DE INVERSION			22560,00

4.7 Punto de Equilibrio

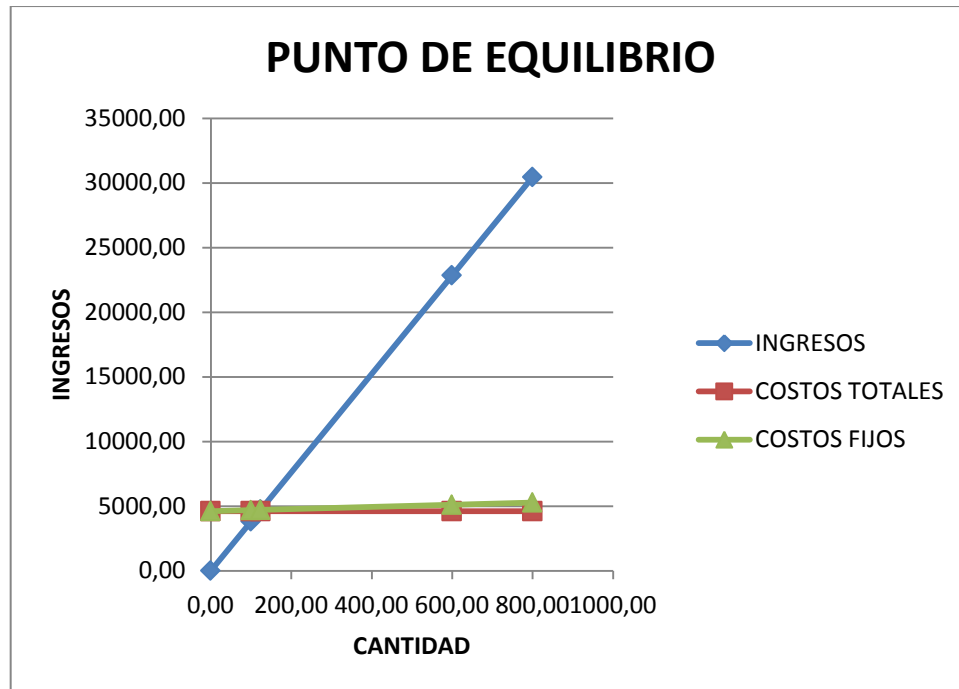
El punto de equilibrio es una estimación, que nos permite encontrar el punto, en el cual los ingresos son iguales a los gastos, es decir, aquel punto en que la empresa no pierde ni gana.

Es el volumen operativo donde los ingresos permiten cubrir los costos. Es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los variables.

Con los datos anteriormente expuestos, se construye la gráfica del punto de equilibrio, la cual permite definir la cantidad de unidades e ingresos mínimos que la empresa debe realizar para cubrir los costos de su actividad.

PRECIO DE VENTA	38,07
SERVICIO PRESTADO	1440,00
INGRESO TOTAL	54820,80
COSTO FIJO TOTAL	4607,32
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)	1200,00
COSTO VARIABLE UNITARIO (CVU) = (CVT / # SERVICIOS PRESTADO)	0,83
CANTIDAD DE EQUILIBRIO (CE) = (CFT / (P-CVU))	124,00
VALOR MONETARIO DE EQUILIBRIO = (CE * PRECIO DE VENTA)	4720,68

PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	INGRESO TOTAL	COSTO FIJO	CVU	CVT	COSTO TOTAL
38,07	0,00	0,00	4607,32	0,83	0,00	4607,32
38,07	100,00	3807,00	4607,32	0,83	83,33	4690,65
38,07	124,00	4720,68	4607,32	0,83	103,33	4710,65
38,07	600,00	22842,00	4607,32	0,83	500,00	5107,32
38,07	800,00	30456,00	4607,32	0,83	666,67	5273,99



4.8 Estados Financieros

Balance General

El Balance General es un estado contable que muestra en un momento determinado la composición de los activos, pasivos y patrimonio de una entidad. Muestra qué es lo que tiene y qué es lo que debe una entidad en un momento determinado. A continuación se presenta el Balance de situación inicial del proyecto:

BALANCE GENERAL		
ACTIVO		
DISPONIBLE		13.653,29
CAJA CHICA	50,00	
BANCOS	13.603,29	
EXIGIBLE		-
CUENTAS POR COBRAR	-	
REALIZABLE		2.000,00
INVENTARIOS	2.000,00	
ACTIVOS FIJOS		
TANGIBLES		
EQUIPO DE CUMPUTACION	1.200,00	966,67
-DEP ACU EQUIPOS DE COMPUTACION	233,33	
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	2.600,00	2.419,17
-DEP ACU MAQUINARIAS Y EQUIPOS	180,83	
VEHICULOS	17.000,00	15.600,00
-DEP ACU VEHICULOS	1.400,00	
TOTAL ACTIVOS		34.639,12
PASIVO		
CORTO PLAZO		11.839,11
PROVEEDORES	500,00	
CUENTAS POR PAGAR	200,00	
SUELDOS POR PAGAR	800,00	
IESS POR PAGRA (21,50%)	172,00	
15 % TRABAJADORES POR PAGAR	4.525,42	
22 % IMPUESTOS POR PAGAR	5.641,69	
TOTAL PASIVO		11.839,11
PATRIMONIO		22.800,00
CAPITAL	22.000,00	
CAPITAL SOCIAL	800,00	
T.PATRIMONIO + T. PASIVO		34.639,11

Estado de Resultados

El Estado de Resultados o Estado de Pérdidas y Ganancias, es “el informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un período determinado”. (PEDRO, ZAPATA)

ESTADO DE RESULTADOS		
VENTAS		54.820,80
-COSTO DE VENTAS		5.807,32
COSTO FIJO	4.607,32	
COSTO VARIABLE	1.200,00	
=UBV		49.013,48
-GASTOS ADMINISTRATIVOS		16.444,00
SUELDOS Y SALARIOS	9.600,00	
BENEFICIOS SOCIALES	2.064,00	
DEPRECIACIONES	3.060,00	
CAPACITACION	1.000,00	
TELEFONIA E INTERNET	720,00	
-GASTOS DE VENTAS		2.400,00
PUBLICIDAD	2.400,00	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		30.169,48
15% TRABAJADORES		4.525,42
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		25.644,06
22% IR		5.641,69
U NETA		20.002,37

4.9 Costo de Capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

Para determinar la tasa mínima aceptable de rendimiento, se tomara en cuenta el porcentaje de inflación (i), que es del 3,01% (Anexo 4) y el riesgo de inversión (r) en el negocio, que según el Banco Central para el sector financiero en depósitos a plazo fijo

es del 5,35% (Anexo 4) que es la tasa pasiva . Según estos datos la TMAR para el presente proyecto será de:

Se define a la TMAR como:

$$TMAR = i + f + if$$

En Donde:

f= inflación

i= premio al riesgo

Datos obtenidos BCE (Anexo 3)

$$TMAR = 0,0301 + 0,0535 + (0,0301 \cdot 0,0535)$$

$$TMAR = 0,08521035$$

$$TMAR = 9 \%$$

“Cuando el capital necesario para llevar a cabo un proyecto es aportado totalmente por una persona física, esa persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

La referencia para que ésta tasa sea determinada es el índice inflacionario. Sin embargo, cuando un inversionista arriesga su dinero, para él no es atractivo mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino más bien que ésta tenga un crecimiento real; es decir, le interesa un rendimiento que haga crecer su dinero más allá que compensar los efectos de la inflación.

Cuando se evalúa un proyecto en un horizonte de tiempo de más o menos 5 años, la TMAR calculada debe ser válida no solo en el momento de la evaluación, sino durante todos los 5 años o periodo de evaluación del proyecto. El índice inflacionario para calcular la TMAR debe ser el promedio del índice inflacionario pronosticado para el periodo de tiempo en que se ha decidido evaluar el proyecto. Los pronósticos deben ser de varias fuentes nacionales o extranjeras.”(Ideas de Negocios, 2009)

CAPITULO 5

5.1 Valor Presente Neto (VAN)

El valor presente simplemente significa traer del futuro al presente cantidades monetarias a su valor equivalente. En términos formales de evaluación económica, cuando se trasladan cantidades del presente al futuro se dice que se utiliza una tasa de interés, pero cuando se trasladan cantidades del futuro al presente, como es el cálculo del VPN, se dice que se utiliza una tasa de descuento; por ello a los flujos de efectivo ya trasladados al presente se los llama flujos descontados. (BACA URBINA, GABRIEL)

El VAN nos permite calcular aquellos rendimientos futuros, esto es, los beneficios que nos proporcionará la inversión en un periodo de tiempo determinado, descontando a estos rendimientos la inversión inicial

Los criterios para tomar una decisión con el VPN son:

- Si $VPN > 0$, es conveniente aceptar la inversión, ya que se estaría ganando más del rendimiento solicitado.
- Si $VPN < 0$, se debe rechazar la inversión porque no se estaría ganando el rendimiento mínimo solicitado.
- Si $VPN = 0$, es indiferente ya que no se estaría ni ganando ni perdiendo.

La fórmula para el cálculo del VPN es:

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{m_t}{(1+i)^t}$$

VAN	
INCREMENTAMOS 5% ANUAL	
INVERSION INICIAL	-22560,00
TMAR	9%
AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO
1	20002,37
2	21002,48
3	22052,61
4	23155,24
5	24313,00
VAN	62702,36

Después de realizar el análisis correspondiente, mediante la aplicación de la fórmula se ha determinado que el VAN para el presente proyecto es de \$62702,36, que representa la rentabilidad obtenida por los inversionistas luego de la recuperación de la inversión.

De acuerdo a este criterio de evaluación financiera se concluye que el proyecto de creación de la Peluquería Canina Móvil en Ciudad de Cuenca es viable y rentable.

5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La ganancia anual que tiene cada inversionista se puede expresar como una tasa de rendimiento o de ganancia anual llamada *tasa interna de rendimiento*”(BACA URBINA, GABRIEL)

La TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN o VPN sea igual a cero, esto sucede cuando la suma de los flujos descontados es igual a la inversión inicial.

Lo que se refleja en la siguiente fórmula:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Cuando el VAN = 0 se debe aceptar el proyecto, ya que se estaría ganando exactamente la TMAR, por eso se la llama tasa mínima aceptable. Por lo tanto, el criterio para tomar decisiones utilizando el VAN consiste en aceptar la inversión cuando el VAN ≥ 0.

Si el VAN, cumple esta condición de ser mayor o al menos igual a cero, se sabe que se estará ganando más, o al menos la tasa que se fijó como mínima aceptable. De esta manera el criterio para tomar decisiones con la TIR es el siguiente:

- Si la TIR ≥ TMAR, es recomendable aceptar la inversión
- Si la TIR < TMAR, es preciso rechazar la inversión.

TIR	
INCREMENTAMOS 5% ANUAL	
INVERSION INICIAL	-22560,00
TMAR	9%
AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO
1	20002,37
2	21002,48
3	22052,61
4	23155,24
5	24313,00

TIR	54%
-----	-----

5.3 Razones Financieras

Son índices que nos permiten evaluar la situación inicial de la empresa sin considerar el valor del dinero en el tiempo. A continuación, se presentan los indicadores que han sido considerados para el análisis de la microempresa materia del presente proyecto.

Ratio de Liquidez

Activo circulante/pasivo circulante

13653,29/11839,11

Ratio de Liquidez =	1,15
----------------------------	-------------

Lo que significa que los activos de la microempresa están en la capacidad de cubrir 1,15 veces, las deudas o el valor de los pasivos de la empresa, lo que indica que la ésta tiene buena solvencia a corto plazo.

Rentabilidad sobre ventas

Utilidad neta / Ventas netas

20002,37/ 54820,80

Rentabilidad sobre ventas =	36,48%
------------------------------------	---------------

Este indicador nos muestra cual es el porcentaje de beneficio que se obtiene sobre el servicio a lo largo del período de un año, se considera que el porcentaje obtenido para el caso de la microempresa aquí desarrollada es aceptable.

Ratio de rentabilidad del activo (ROA)

(Utilidad neta / Activos) x 100

(20002,27 / 34639.12) x 100

ROA =	57,75%
--------------	---------------

Es el ratio más representativo de la marcha global de la empresa, ya que permite apreciar su capacidad para obtener utilidades en el uso del total activo.

Es decir, la empresa tiene una rentabilidad del 57.75% con respecto a los activos que posee, la empresa utiliza el 57,75% del total de sus activos en la generación de utilidades.

Ratio de rentabilidad del patrimonio (ROE)

$(\text{Utilidad neta} / \text{Patrimonio}) \times 100$

$(20002,27 / 22800,00) \times 100$

ROE =	87,73%
-------	--------

Este ratio mide la capacidad para generar utilidades netas con la inversión de los accionistas y lo que ha generado la propia empresa (capital propio).

La empresa tiene una rentabilidad del 87,73% con respecto al patrimonio que posee. la empresa utiliza el 87,73% de su patrimonio en la generación de utilidades.

Ratio de rentabilidad bruta sobre ventas

$(\text{Utilidad bruta} / \text{Ventas netas}) \times 100$

$(49013,48 / 54820,80) \times 100$

Ratio de rentabilidad bruta sobre ventas =	89,41%
--	--------

Llamado también margen bruto sobre ventas, muestra el margen o beneficio de la empresa respecto a sus ventas.

Nos da una rentabilidad sobre ventas de 89,41%, en otras palabras, las utilidades representan el 89,41% del total de las ventas.

5.4 Análisis de Sensibilidad

Para el presente análisis de sensibilidad del proyecto de S-PA DOGS, se ha considerado la variable de Ingresos para demostrar la sensibilidad del proyecto.

Mediante lo cual si la empresa no cumple con el presupuesto de ventas para el año base y los años posteriores, los ingresos se verían afectados considerando que las demás variables permanecen constantes.

VAN PESIMISTA	
DISMINUCION -25% ANUAL	
INVERSION INICIAL	-22560,00
TMAR	9%
AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO
1	7000,83
2	5250,62
3	3937,97
4	2953,47
5	2215,11
VAN	-5145,07
TIR	-2%

5.5 Impacto Ambiental

El medio ambiente es un tema importante que debe ser asumido con responsabilidad, para obtener un desarrollo sostenible que contribuya a optimizar la prestación de servicios sin poner en peligro los recursos de las futuras generaciones.

S-PA DOGS está comprometida con el buen manejo de sus residuos y desperdicios; es así que los desechos líquidos serán expulsados por medio de las instalaciones de canalización existentes hasta el alcantarillado. En lo que se refiere a los desechos sólidos como: pelos, plástico, papel y basura en general se recogerá en fundas plásticas debidamente clasificados para depositar en los basureros de la zona, que son evacuados periódicamente por el carro recolector de basura, lo cual evita malos olores y contaminación.

CONCLUSIONES

- El Estudio de Mercado realizado demuestra que el proyecto es viable dentro de la Ciudad de Cuenca, debido a la demanda insatisfecha existente, ya que actualmente no existen una peluquería canina móvil en donde se brinde un servicio de limpieza y belleza especializado para mascotas.
- De acuerdo al estudio de mercado, se determinó que el 71% del segmento investigado que corresponde a la población de Cuenca, de clase socio económica media alta y alta estaría dispuesto a hacer uso de los servicios de la Peluquería canina móvil; lo que refleja la existencia de una gran demanda de estos servicios, y dada la capacidad real inicial del proyecto, se podrá satisfacer únicamente el 25% de la misma, lo que representa un total de 1440 canes al año.
- Mediante la Investigación de Mercado se determinó que los servicios que brindará S-PA DOGS son: Limpieza y Peluquería canina, que consiste en el baño, corte, peinado, limpieza de orejas y corte de uñas sin embargo, la atención es personalizada y los servicios podrán adaptarse de acuerdo a las necesidades del consumidos (perro) y requerimientos del cliente (dueño de la mascota), el servicio móvil y a domicilio son los que harán nuestra ventaja diferenciadora ya que la competencia no ofrece este tipo de servicios.
- Debido a que nuestros servicios se caracterizaran por ser personalizados, el proyecto contará con procesos de operación flexibles, de manera que pueden ser ajustados de acuerdo a las necesidades del consumidor y gustos del cliente.
- Técnicamente el proyecto es factible, ya que existen las condiciones físicas (equipos, herramientas, insumos, entre otros) y humanas para iniciar la puesta en marcha del mismo.
- Con ayuda de la estructura organizacional y administrativa coordinaremos las actividades encaminadas a brindar un servicio de calidad, y a mantener una estrecha relación tanto con el cliente interno como externo.

- El proyecto requiere una inversión inicial de \$ 22560, financiada en su totalidad por recursos de los socios.
- Los ingresos que se prevé tendrán un crecimiento del 5% anual de esta manera se irá captado un porcentaje mayor de la demanda insatisfecha, lo cual es posible ya que inicialmente solo se cubrirá un 25% de la capacidad instalada.
- De acuerdo al estudio financiero el proyecto es rentables, ya que tiene un VAN positivo de 62702,36\$; una TIR de 54% que es superior a la TMAR de 9%. Por lo que se puede demostrar que es un proyecto con bases sólidas que garantiza una rentabilidad aceptable.
- Además se concluye que el proyecto de crear una Peluquería canina móvil en la Ciudad de Cuenca es factible tanto financiera como operativamente.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar el proyecto ya que según los resultados obtenidos hay una oportunidad de negocio rentable.
- Desarrollar un programa de comercialización de los servicios mediante un uso efectivo de publicidad, para de este modo dar a conocer el servicio a domicilio ya que es una alternativa nueva en el mercado de servicio de cuidados para perros, además un adecuado manejo de la publicidad nos permitirá alcanzar e incluso superar las metas propuestas de ventas.
- Incentivar una cultura de cuidado de las mascotas caninas, ya que son parte de nuestra familia y su bienestar es nuestra responsabilidad.
- Será necesario evaluar y modificar continuamente las estrategias y políticas de marketing de acuerdo a las exigencias y tendencias del mercado, además es importante analizar el comportamiento de la competencia a fin de ser siempre mejores que ellos.
- Crear y buscar aliados estratégicos relacionados con los servicios para mascotas, con el propósito de lograr una mayor difusión de nuestros servicios.
- Brindar una atención personalizada a fin de siempre cubrir sus necesidades, expectativas y crear una estrecha relación de amistad y confianza tanto con las mascotas como con el cliente, de esta manera lograr su fidelización.
- Realizar un servicio post venta a fin de lograr una retroalimentación entre el cliente y la empresa, que nos permita un mejoramiento continuo en los servicios.
- Se recomienda tener en cuenta y analizar el crecimiento de la demanda con el fin de rediseñar la capacidad del proyecto en lo referente a espacios, personal y equipos,

ya que existe una importante demanda insatisfecha, e inicialmente solo captaremos el 25% de la misma.

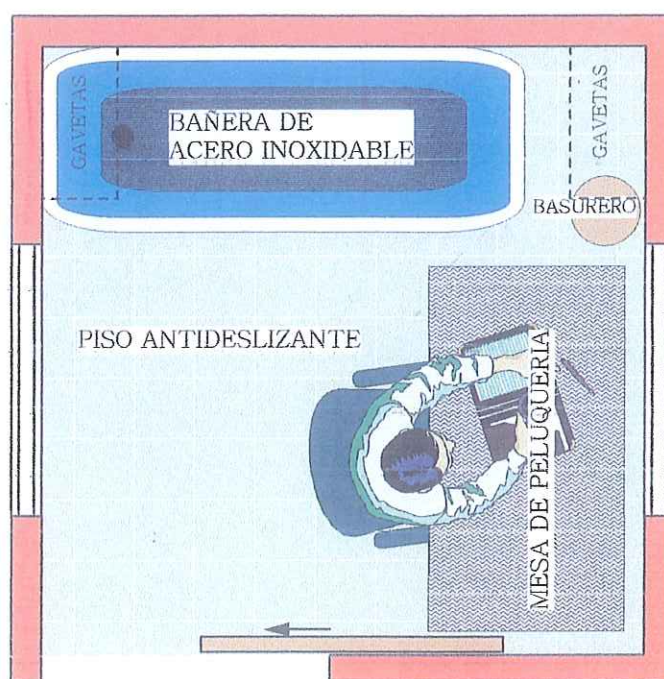
- Se deberá capacitar constantemente al personal, con el fin de innovar en técnicas y conocimientos en cuanto a estilos, equipos, productos y atención al cliente para ofrecer un servicio competitivo y de calidad.

BIBLIOGRAFÍA

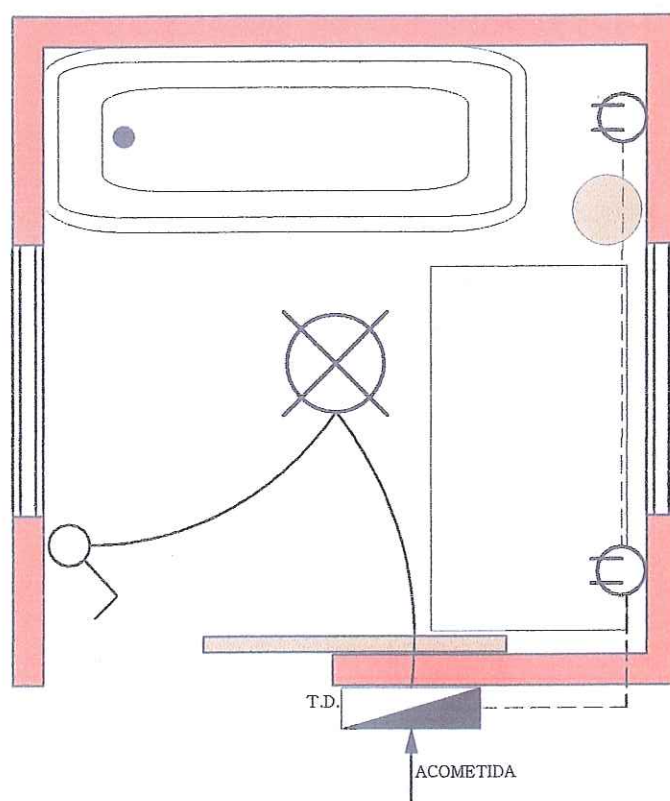
- BACA URBINA, GABRIEL. (s.f.). *Fundamentos de Ingeniería Económica* (Vol. cuarta edición). Mc Graw.
- Definición.org, depreciación. (2012). *Definición.org*. Recuperado el junio de 2013, de <http://www.definicion.org/depreciacion>
- Ernesto Bolaños Rodríguez. (Enero de 2012). *Estadística para el Desarrollo*. Recuperado el Junio de 2013, de http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/gestion_tecnologica/muestraMuestreo.pdf
- Gerencie.com, Costos Fijos. (2013). Recuperado el junio de 2013, de [gerencie.com: http://www.gerencie.com/costos-fijos.html](http://www.gerencie.com/costos-fijos.html)
- Gerencie.com, Costos Variables. (2013). *Gerencie.com*. Recuperado el junio de 2013, de <http://www.gerencie.com/costo-variable.html>
- http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=35&Itemid=1&lang=es. (s.f.).
- Ideas de Negocios. (sábado de marzo de 2009). *Evaluación de Proyectos*. Recuperado el junio de 2013, de <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/03/costo-de-capital-o-tasa-minima.html>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Estadísticas de la Semana. Ecuador.
- Murray R. Spiegel y Larry J. Stephens. (2009). *Estadística* (Vol. Cuarta edición). D.F, México: Mc. Graw-Hill.
- PEDRO, ZAPATA. (s.f.). *Contabilidad General* (Vol. Sexta Edición). Mc Graw Hill.

ANEXO 1

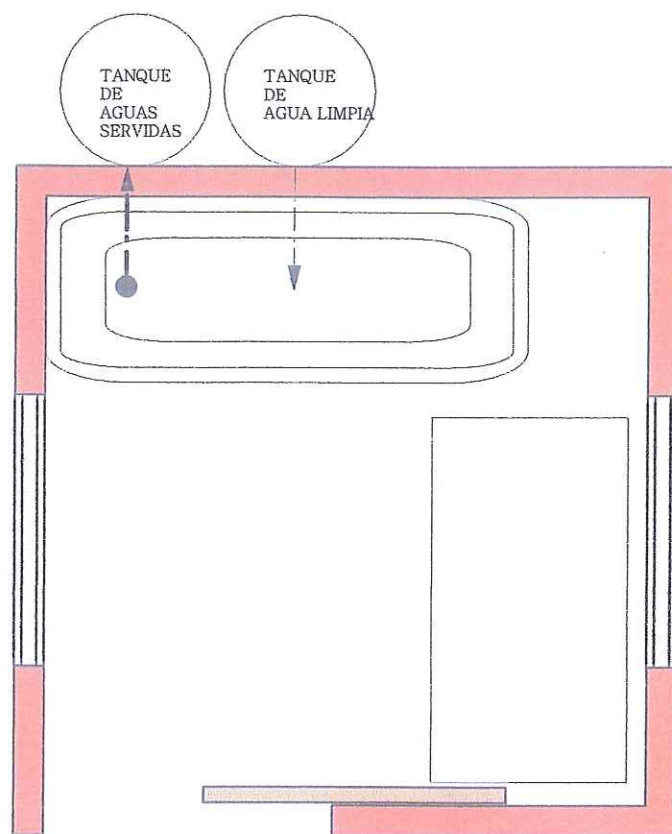
PELUQUERIA CANINA MOVIL



PLANTA UNICA



INSTALACIONES ELECTRICAS



INSTALACIONES SANITARIAS

ANEXO 2

MAQUINARIAS Y EQUIPO



BAÑERA DE ACERO
INOX



ESQUILADORA



EXPULSADOR



MESA DE PELUQUERIA



TIJERAS



CORTA UÑAS



CEPILLO



CALEFON



TANQUES DE AGUA



CILINDRO DE GAS



GENERADOR
ELECTRICO



COMPUTADORA
PORTATIL



REMOLQUE



VEHICULO

Datos obtenidos en:
www.mercadolibre.com

ANEXO 3

DEPRECIACIONES

VEHICULO			
VALOR: \$ 12.000,00		VIDA UTIL: 5 Años	Año: 2005
Depreciación por línea recta			
Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	2.400,00	2.400,00	9.600,00
2	2.400,00	4.800,00	7.200,00
3	2.400,00	7.200,00	4.800,00
4	2.400,00	9.600,00	2.400,00
5	2.400,00	12.000,00	-
Mensual	200,00		

BAÑERA DE ACERO INOX			
VALOR: \$ 700,00		VIDA UTIL: 10 Años	Año: 2013
Depreciación por línea recta			
Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	70,00	70,00	630,00
2	70,00	140,00	560,00
3	70,00	210,00	490,00
4	70,00	280,00	420,00
5	70,00	350,00	350,00
6	70,00	420,00	280,00
7	70,00	490,00	210,00
8	70,00	560,00	140,00
9	70,00	630,00	70,00
10	70,00	700,00	-
Mensual	5,83		

MESA DE PELUQUERIA			
VALOR: \$ 900,00		VIDA UTIL: 10 Años	AÑO: 2013
Depreciación por línea recta			
Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	90,00	90,00	810,00
2	90,00	180,00	720,00
3	90,00	270,00	630,00
4	90,00	360,00	540,00
5	90,00	450,00	450,00
6	90,00	540,00	360,00
7	90,00	630,00	270,00
8	90,00	720,00	180,00
9	90,00	810,00	90,00
10	90,00	900,00	-
Mensual	7,50		

GENERADOR ELECTRICO			
VALOR: \$1.000,00		VIDA UTIL: 10 Años	AÑO: 2013
Depreciación por línea recta			
Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	100,00	100,00	900,00
2	100,00	200,00	800,00
3	100,00	300,00	700,00
4	100,00	400,00	600,00
5	100,00	500,00	500,00
6	100,00	600,00	400,00
7	100,00	700,00	300,00
8	100,00	800,00	200,00
9	100,00	900,00	100,00
10	100,00	1.000,00	-
Mensual	8,33		

EQUIPO DE COMPUTACION			
VALOR: \$1.200,00		VIDA UTIL: 3 Años	AÑO: 2013
Depreciación por línea recta			
Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	400,00	400,00	800,00
2	400,00	800,00	400,00
3	400,00	1.200,00	-
Mensual	33,33		

ANEXO 4

TASA DE INFLACION

FECHA	VALOR
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %

http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

TASA DE INTERES PASIVA

Tasas de Interés			
JUNIO 2013 (*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35

<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>