



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
“HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA”
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TÍTULO DEL PROYECTO:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
PELUQUERÍA CANINA MÓVIL A DOMICILIO EN EL SECTOR
DEL BATÁN DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

*Trabajo de Graduación presentado como requisito para optar por el
Título de Tecnóloga en: Administración de Empresas*

AUTORA: López Zambrano Alba Gissela

TUTOR: Dr. Augusto Calvopiña

Quito, Julio, 2019

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del Proyecto: Estudio de factibilidad para la creación de una peluquería canina móvil a domicilio en el sector del Batán del Distrito Metropolitano de Quito, presentado por el Sra. Alba Gissela López Zambrano para optar por el Título de Tecnóloga en Administración de Empresas, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los 05 días del mes de julio del 2019.

FIRMA TUTOR

No. C.C. 0500741723

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Alba Gissela López Zambrano

DEDICATORIA

Deseo dedicarles este proyecto de manera muy especial a todas esas personas que han influenciado en mi vida, otorgándome los mejores consejos, guiándome para ser una persona de bien, con todo mi amor y afecto mí amada madre, hermanas, esposo y suegra.

RECONOCIMIENTO

Con gran emoción me permito agradecer a todos quienes confiaron en mí y me supieron ayudar, a mi madre que con su ejemplo me supo sacar de momentos de debilidad, a mis hermanas que día a día me impulsaron a seguir adelante, a mi esposo que estuvo siempre a mi lado y un abrazo muy especial a mi suegra por todos sus consejos , a mi Instituto que me ha formado para ser una gran profesional, y como no reconocer a mi tutor aquel que me supo guiar en esta travesía, a mis compañeros que día a día llenaron de alegría mi carrera académica.

Índice

Contenido

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RECONOCIMIENTO.....	v
Índice.....	vi
Índice de tablas.....	ix
Índice de gráficos.....	x
Índice de figuras.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
TEMA.....	2
DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD.....	2
JUSTIFICACIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	4
OBJETIVO GENERAL.....	4
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	4
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO.....	5
1.1 EMPRENDIMIENTO.....	5
1.1.1 Tipos de Emprendimiento.....	6
1.1.2 Peluquería canina móvil.....	8
1.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	8
1.2.1 Estudio de Mercado.....	11
1.2.2 Estudio Técnico.....	12
1.2.3 Estudio Administrativo.....	12
1.2.4 Estudio Financiero.....	12

1.3 MARCO LEGAL	13
CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO DEL MERCADO	16
2.1 Segmentación del mercado.....	16
2.2 Población a investigar	16
2.3 Cálculo de la muestra	17
2.4 Diseño de la encuesta	17
2.5 Resultados de la encuesta.....	18
2.6 Análisis de los resultados del diagnóstico.....	26
2.7 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	27
2.8. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	28
2.8.1 Plaza:	28
2.8.2 Producto:	28
2.8.3 Precio:.....	28
CAPITULO III ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO	31
3.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	31
3.1.1 Macro localización	31
3.1.2. Micro localización.....	31
3.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	32
3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	34
3.4 DESCRIPCIÓN DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA	35
3.5 DESCRIPCIÓN DE HERRAMIENTAS Y MATERIALES.....	36
3.6 Descripción del recurso humano	37
3.7 LA CONSTITUCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	37
3.7.1 Registro de Patentes Municipales	37
3.7.2 Registro Único de Contribuyentes (RUC)	38
3.7.3 Permiso de Bomberos.....	38
3.8 FILOSOFÍA	39

3.9 ORGANIZACIÓN	40
3.10 FUNCIONES	40
CAPÍTULO IV	41
ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA	41
4.1.1 Activos Fijos	41
4.1.2 Activos Intangibles.....	41
4.1.4 Capital de trabajo	42
4.1.5 Financiamiento	42
4.1.6 Costos y gastos	44
4.1.7 Ingreso	45
4.1.8 Estado de Resultados.....	46
4.1.9 Balances	47
4.2.1 Valor Actual Neto	49
4.2.2 Tasa Interna de Retorno	50
4.4.3 Punto de Equilibrio.....	50
CONCLUSIONES	52
RECOMENDACIÓN.....	52
BIBLIOGRAFIA.....	54
ANEXOS.....	56

Índice de tablas

Tabla N° 1. Pregunta 1	18
Tabla N° 2. Pregunta 2	19
Tabla N° 3. Pregunta 3	20
Tabla N° 4. Pregunta 4	21
Tabla N° 5. Pregunta 5	22
Tabla N° 6. Pregunta 6	23
Tabla N° 7. Pregunta 7	24
Tabla N° 8. Pregunta 8	25
Tabla N° 9 Análisis de los resultados del diagnóstico	26
Tabla N° 10 Precio: los precios que nos manejaremos son los siguientes	29
Tabla N° 11 Descripción de herramientas y materiales	36
Tabla N° 12 Infraestructura del automotor	36
Tabla N° 13 Funciones	40
Tabla N° 14 Activos fijos	41
Tabla N° 15 Activos intangibles	41
Tabla N° 16 Capital de trabajo	42
Tabla N° 17 Recursos	42
Tabla N° 18 Estructura de financiamiento	43
Tabla N° 19 Costo del capital	43
Tabla N° 20 Amortización	43
Tabla N° 21 Costo y Gastos	44
Tabla N° 22 Ingreso	45
Tabla N° 23 Estado de resultados	46
Tabla N° 24 Balance situación inicial	47
Tabla N° 25 Balance General	48
Tabla N° 26 Cálculo del Valor Actual Neto	49
Tabla N° 27 Tasa Interna de Retorno	50
Tabla N° 28 Punto de equilibrio	50

Índice de gráficos

Gráfico N° 1: Quien le baña a su mascota	18
Gráfico N° 2: Con qué frecuencia baña a su mascota.....	19
Gráfico N° 3: Le realiza corte de pelo o solo baño a su mascota	20
Gráfico N° 4: Conoce usted alguna peluquería canina cerca de su domicilio	21
Gráfico N° 5: Estaría interesado en utilizar el servicio de peluquería canina móvil a domicilio	22
Gráfico N° 6: Le gustaría recibir el servicio de peluquería canina móvil a domicilio gratis por el cumpleaños de su mascota	23
Gráfico N° 7: Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de peluquería canina móvil a domicilio.....	24
Gráfico N° 8: Porque medio quisiera conocer nuestro servicio	25
Gráfico N° 9 Sector del Batán	31
Gráfico N° 10 Sector del Batán 2	31
Gráfico N° 11 Organigrama	40

Índice de figuras

Figura N° 1 Sexo del Gerente o Propietario por Actividad Económica.	6
Figura N° 2. Segmentación del Mercado	16
Figura N° 3 Flujo grama de proceso	34
Figura N° 4 Infraestructura física.....	35

RESUMEN EJECUTIVO

Considerando la realidad económica del Distrito Metropolitano de Quito los ciudadanos nos hemos visto en la necesidad de generar emprendimiento a través de la economía popular y solidaria, innovando en nuevos servicios según la necesidad del sector, es por ello que nos hemos enfocado en las personas que poseen una mascota en sus hogares en el sector Norte de Quito, puntualizando la carencia de tiempo que poseen para llevar a su mascota a un servicio de peluquería canina, entendiendo la dinámica de la ciudad el plus de nuestro emprendimiento va enfocado en la falta de tiempo de nuestros clientes y lo agobiante del traslado de su mascota debido al tráfico de la ciudad, es así que nuestro servicio funcionará según el horario de los clientes.

El documento contiene 4 capítulos que se detallan a continuación:

El Capítulo I encontramos el marco teórico siendo clave para nuestro proyecto pues, consiste en desarrollar la teoría que va a fundamentar nuestro estudio, respaldándonos en los acontecimientos y tendencias que hayan existido.

El Capítulo II se refiere al estudio del mercado, aquí se diagnosticó la demanda del servicio que existe en las personas, también la oferta que nos ayudó a determinar las necesidades que existían en el sector.

El Capítulo III contiene un estudio técnico - administrativo en donde establecemos que para un adecuado funcionamiento se necesita contar con implementos técnicos como las cámaras web, el sitio en el que se prevé tener la oficina está ubicada en el centro norte lo cual nos permitirá que el tiempo de traslado para ir donde el cliente sea pronta.

El Capítulo IV desarrollamos el estudio financiero en el que elaboramos los presupuestos para relacionar los ingresos y los gastos, además realizamos una evaluación financiera con el cálculo de la TIR y el VAN.

TEMA

Estudio de Factibilidad para la creación de una peluquería canina móvil a domicilio en el sector del Batán del Distrito Metropolitano de Quito.

DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD

El desarrollo de este estudio pretende la creación de una peluquería canina móvil a domicilio en el sector del Batán, ya que se ha observado que no cuentan con este tipo de servicio y la mayoría de la población son personas adultas o adultos mayores por lo que se les dificulta ir a lugares lejanos a sus domicilios y realizar el cuidado de sus mascotas; es así que para facilitar a los clientes el tiempo y traslado queremos proporcionar este servicio ya que al ser afuera de su domicilio ellos podrán controlar el manejo y cuidado que se les dará.

La seguridad es un factor que todo cliente busca al momento de dejar a su mascota en alguna peluquería canina, a pesar que cumpla con algunos parámetros el lugar siempre se va insatisfecho al saber que podrían maltratar o dejar que se escape su mascota, de igual manera no tienen un servicio de cámaras para que el dueño esté pendiente y pueda monitorear el cuidado adecuado de su mascota y si tuviera este servicio el costo es muy elevado.

Actualmente las personas no disponen del tiempo suficiente para cumplir con todas las actividades que tienen, descuidando muchos aspectos como son sus mascotas, por este motivo se desea realizar un estudio de factibilidad para la creación de la peluquería canina móvil a domicilio tratando de cubrir estas necesidades ya que el servicio aún no se encuentra en gran cantidad y las pocas que hay tienen precios muy elevados.

JUSTIFICACIÓN

Las mascotas hacen parte de la vida cotidiana del ser humano, en especial los perros, son la principal mascota en los hogares. Ellos demandan una serie de cuidados, atenciones y prevenciones necesarios para una convivencia satisfactoria. Es por esto que la peluquería canina o felina se ha vuelto imprescindible para mantener a nuestras mascotas en buen estado de salud, si se encuentran limpios y libres de parásitos externos, se sentirán bien y junto con ello en un buen estado general, por lo tanto, hace que la presencia de nuestras mascotas sea más grata viéndolos más bonitos, con rico olor y sin parásitos. (Godoy, 2013)

Es así que, una vez terminado mis estudios y con el propósito de poner en práctica los conocimientos adquiridos me he propuesto llevar adelante un negocio de peluquería canina móvil a domicilio en el sector del Batán, la importancia que tienen para mí los animales es muy grande en mi vida por esto nace la idea de realizar una actividad económica que sea innovadora y hacer algo que me gusta.

Considero que esta idea es viable ya que el bienestar animal y cuidado de mascotas. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) indica que las y los ecuatorianos utilizan aproximadamente más de dos horas semanales de su tiempo en el cuidado de sus mascotas.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un estudio de factibilidad que permita establecer la viabilidad de la creación de una peluquería canina móvil en el sector del Batán en el Distrito Metropolitano de Quito

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar una investigación bibliográfica que proporcione información teórica apropiada para la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de una peluquería canina móvil a domicilio en el sector del Batán en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Diagnosticar la oferta y demanda de los servicios de peluquería canina a través de la aplicación de una encuesta a la población del sector Batán.
- Establecer los requerimientos técnicos, tecnológicos y Organización y funcionamiento del emprendimiento.
- Efectuar los análisis y evaluaciones financieras apropiadas que permitan establecer la rentabilidad para la creación de una peluquería canina móvil a domicilio en el sector del Batán en el Distrito Metropolitano de Quito.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento es un instrumento que da al individuo la libertad de crear su propio estilo de vida, definir sus propios objetivos, cómo llevarlos a cabo y en qué momento (Breugh, 1999) (Hessels, Van Gelderen, & Thurick, 2008)

El emprendimiento es poder convertir las ideas en acción. (Sánchez, Ward, & Hernández, 2017)

El emprendimiento es una potente herramienta para afrontar las dificultades de empleo que enfrenta la juventud en múltiples sociedades a nivel global, además de ser una fuente de creatividad e innovación que contribuye significativamente al desarrollo de sociedades (Sánchez, Ward, & Hernández, 2017)

¿De qué se trata realmente el emprendimiento?

La definición de “espíritu emprendedor”, o lo que en inglés se denomina “entrepreneurship”. Podría afirmarse que el entrepreneurship, consiste en el desarrollo de proyectos innovadores o de oportunidades para obtener un beneficio; la capacidad de comprar a precios ciertos, para comprar a precios desconocidos o lo que identifica como la capacidad de desarrollar una idea nueva o modificar una existente para traducirla en una actividad social rentable y productiva. (MSc Econ. Hidalgo Proaño, 2014)

¿Y por qué es tan importante?

Es un importante mecanismo para la transmisión del conocimiento que permite traspasar el filtro del conocimiento. El enfoque del crecimiento en el capital emprendedor es el eslabón perdido entre el capital del conocimiento y el crecimiento económico. (Núñez Ladeveze & Núñez Canal, 2016)

Estudios como los de Johnson y Loveman (1995) demuestran la importancia del desarrollo de las economías de mercado a través de los emprendedores de éxito y que, así como otros investigadores constatan que la creación de nuevos negocios tiene como principal recurso la figura del emprendedor (Johnson & Loveman, 1995)

La revisión bibliográfica respecto a la educación para el emprendimiento revela que el factor más importante para gestar un emprendimiento es su protagonista, el capital humano emprendedor. (Holguín, Benites Cañizares, & y Herrera, 2018)

El capital humano está regulado, fundamentalmente, por la cultura y la educación. (Holguín, Benites Cañizares, & y Herrera, 2018)

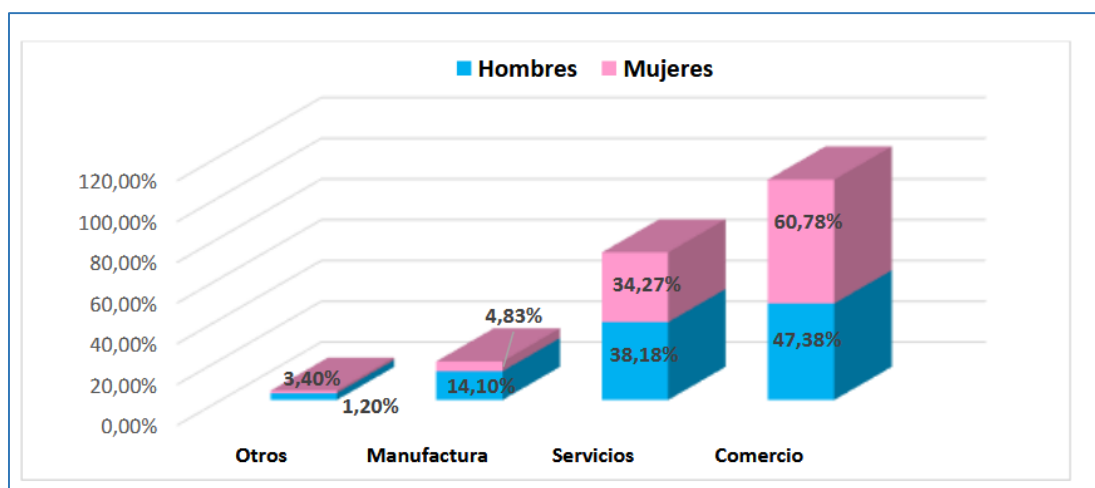


Figura N° 1 Sexo del Gerente o Propietario por Actividad Económica.

Fuente: (Eliott Eduardo Jaime Carriel, 2017)

Estadísticas Sociales (INEC,2012)

1.1.1 Tipos de Emprendimiento

En términos de generación de empleo, el estudio concluye que los “arriesgados” son los que presentan mejores resultados en rentabilidad y crecimiento, pero no en generación de empleo.

Por otro lado, las que presentan una mayor tasa de generación de empleo son las empresas de los “artesanos” (Lafuente & Salas, 1989)

Según diversas áreas se clasifican y Existen diferentes tipos de emprendimientos que se pueden agrupar en diferentes clasificaciones:

Tipos teniendo en cuenta las características de la empresa creada que son:

Tamaño de emprendimiento

Auto empleados Los Auto empleados constituyen un grupo muy numeroso dentro de la categoría de los emprendedores. El auto- empleo o trabajo por cuenta propia puede ser considerado como la forma más simple de emprendimiento

Emprendimiento por necesidad: Este emprendimiento se encamina en generar los ingresos diarios para vivir, se obtienen bajos niveles de ingresos, utilidad y activos. Se caracteriza por no tener una

Es cuando se emprende en una nueva empresa porque no hay otra mejor opción de empleo y se tiene que subsistir. (Morlas, 2013)

Emprendedores en familia

Muchas nuevas empresas nacen familiares, y aquella familia suele ser una de las fuentes de financiación más frecuente para las nuevas empresas. (Palau, 2019)

Estas escuelas y sus asociaciones de graduados fueron un instrumento clave para dar respuesta a las necesidades de vínculos personales entre “nuevos” y “viejos” emprendedores.

Intraemprendedores o emprendedores corporativos

Los emprendedores corporativos o "intraemprendedores" son los que, desde una empresa ya consolidada, introducen innovaciones o inician una *start up*. Incluso se habla de "emprendedores políticos" cuya “empresa” es aportar innovación a la aplicación de políticas públicas para mejorar la gestión y eficacia de las instituciones administrativas. (Núñez Ladeveze & Núñez Canal, 2016)

•Emprendimiento empresarial.- Este tipo de emprendimiento cuenta generalmente con personas emprendedoras que proporcionan una serie de habilidades, actitudes, valores, características, esta generalmente orientada a negocios con fines de lucro de tipo productivo de bienes o deservicios.

Emprendimiento público: Entidades públicas que tratan de establecer ciertas iniciativas con una motivación fundamentalmente política. Generalmente reciben el apoyo logístico y académico del propio gobierno

Emprendimiento social: Tipo de empresa en la que su razón social es en primer lugar satisfacer necesidades de la sociedad en la que se desenvuelven.

Emprendimiento artístico cultural: Promover y organizar actividades que permitan el acceso y el fomento de la cultura. Son modelos y herramientas empresariales con la finalidad de establecer creatividad artística y cultural.

Emprendimiento religioso: Actividades relacionadas directamente a labores espirituales.

Emprendimiento comunitario: Promover y organizar actividades y acciones para una determinada población o grupos de personas, con el objetivo de lograr el desarrollo de sus comunidades (Cantos Bravos, 2016)

1.1.2 Peluquería canina móvil

Citaremos peluquerías móviles exitosas, donde podremos revisar los servicios ya existentes en el mercado y realizando un análisis del mismo generaremos servicios novedosos que nos den preferencia ante la clientela.

Lord Guau – Hostería Canina – Servicios para Mascotas – Quito Ecuador.

Lord Guau ofrece el servicio de Peluquería para tu mascota en todos sus locales y ofrece también servicio de transporte puerta a puerta para tu mayor comodidad, nuestro personal profesional no solo son expertos en los cortes especiales para todas las razas sino también y por sobre todo son expertos en el manejo de mascotas para asegurar el bienestar de tu mejor amigo antes, durante y después del proceso de baño y peluquería (Lordguau, 2019)

1.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación. (Gestiopolis, 2019) (Par 5)

El estudio de factibilidad debe conducir a:

- Determinación plena e inequívoca del proyecto a través del estudio de mercado, la definición del tamaño, la ubicación de las instalaciones y la selección de tecnología.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología/lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos.
- Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.
- Definición de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos y construcciones civiles principales y complementarias.
- Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación y ambientales.
- Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto. (par 3)

Del estudio de factibilidad se puede esperar:

No abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable, conveniente u oportuno; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán de los de planeación en los diferentes niveles, nacional, sectorial, regional, local o empresarial. En consecuencia, los objetivos de cualquier estudio de factibilidad se pueden resumir en los siguientes términos: (par 10)

Lineamientos para un estudio de factibilidad

1. Estudio de mercado
2. Aspectos técnicos
3. Aspectos administrativos
4. Aspectos institucionales
5. Aspectos financieros
6. Evaluación socioeconómica y
7. Resumen del estudio (Núñez Jiménez, 1997)

1.2.1 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es la recopilación y análisis de antecedentes que permiten determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, además es conveniente tener una noción amplia del mercado incluyendo todo el entorno que rodeará a la empresa: consumidores, usuarios, proveedores, competidores y limitaciones de tipo político, legal, económico o social. (Miranda, 2003.)

El estudio de mercado es la investigación que realizas para conocer la respuesta de los clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto o servicio.

- Mercado Primario. Cuando los títulos son vendidos por primera vez durante el proceso de colocación primaria. (Rodríguez, 2007)

- Mercado Secundario. Cuando los títulos son ya negociados y vendidos a un tercero luego de la colocación primaria. (Rodríguez, 2007)

1.2.1.1 Objetivo de una investigación de mercado

La investigación de mercados tiene como propósito recopilar, organizar y procesar la información obtenida, teniendo como actores principales a los consumidores, productores, productos y servicios que una compañía ofrece en el mercado, para conocer lo que los clientes piensan y sienten en relación con sus expectativas y necesidades. (Prieto, 2013);

1.2.2 Estudio Técnico

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca Urbna, 2010)

1.2.3 Estudio Administrativo

Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. (Mtra. Maria Elvira López Parra, 2014)

1.2.4 Estudio Financiero

El análisis financiero es fundamental para evaluar la situación y el desempeño económico y financiero real de una empresa, detectar dificultades y aplicar correctivos adecuados para solventarlas (Nava Rosillón, 2009)

1.3 MARCO LEGAL

Atiende a la personalidad jurídica de la empresa según lo cual articulará su legislación y fiscalidad, en base al Código Mercantil y la Ley General de Sociedades Mercantiles, además de la legislación tributaria competente.

-Aspecto Laboral. Atiende al contrato de trabajo y al reglamento de régimen interior.

-Aspecto Ecológico. Considerar el compromiso ecológico que las empresas deben adquirir en su actividad. (Over-blog, 2011)

Constitución de la República del Ecuador

Sección octava

Trabajo y seguridad social

- ❖ Art. 33.-El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho Económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

- ❖ Art. 311.-El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, y las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

- ❖ Art. 319.-Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y
SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO
POPULAR Y SOLIDARIO

Título I

Del Ámbito, Objeto y Principios

- ❖ Art. 1.- Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (Ley Organica De Economia Popular Y Solidaria Asamblea Nacional, 2014)

1.4 DEFINICIONES CONCEPTUALES

- ✓ Demanda. - es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir.
- ✓ Oferta. - es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta.
- ✓ Perro. - Mamífero carnívoro doméstico de la familia de los cánidos que se caracteriza por tener los sentidos del olfato y el oído muy finos, por su inteligencia y por su fidelidad al ser humano.
- ✓ Microempresa. - Se clasifica como microempresa a aquella unidad económica que tiene activos totales hasta de 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes y menos de 10 empleados.
- ✓ Negocio. - Ocupación, actividad o trabajo que se realiza para obtener un beneficio, especialmente el que consiste en realizar operaciones comerciales, comprando y vendiendo mercancías o servicios.
- ✓ Segmento. - Parte que junto con otras se encuentra formando un todo.
- ✓ Estrategia. - Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
- ✓ Mercado. - Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios.
- ✓ Servicio a domicilio. - Es un proceso mediante el cual, se acercan los productos o servicios ofrecidos por la empresa hasta el lugar donde se encuentra el cliente, permitiendo que este disfrute de dichos productos sin tener que hacer desplazamientos hasta el punto de compra.

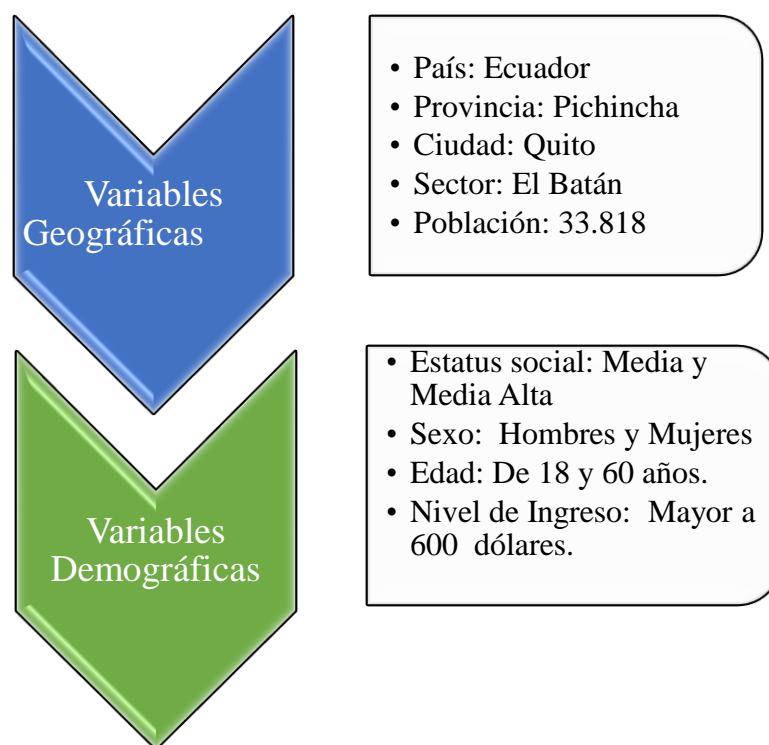
CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL MERCADO

2.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Todos los hombres y mujeres que residen en el sector del Batán del Distrito Metropolitano de Quito. La segmentación del mercado se lo realizara tomando en cuenta las siguientes variables:

Figura N° 2. Segmentación del Mercado



Elaborado por: Alba López

2.2 POBLACIÓN A INVESTIGAR

La Población que reside en el sector del Batán del Distrito Metropolitano de Quito, es de 33.818, se obtuvo el dato del Consejo Nacional Electoral, ya que no existen datos específicos de las familias que tengan una mascota, realizamos en territorio un mapeo del sector determinando que el 70% de las casas encuestadas poseían una mascota dándonos como resultado una población de 23.673 personas, que será nuestro universo económico.

2.3 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Datos:

n= muestra?

N= universo 23.673

PQ= cuartel

E²= 0,08 Error muestral

K²= constante 2²

$$\text{Fórmula: } n = \frac{N*PQ}{\left[(N-1) \left\{ \frac{E^2}{K^2} \right\} \right] + PQ}$$

$$n = \frac{23.673*0.25}{\left[(23.673-1) \left\{ \frac{0,08}{2^2} \right\} \right] + 0,25}$$

n= 149 Individuos

Totalidad de la población: 23673 (universo)

Muestra: probabilística 149 individuos.

2.4 DISEÑO DE LA ENCUESTA

Se ha desarrollado una encuesta sencilla para identificar cual es la demanda existente, cuanta oferta existe y si las personas que viven en el sector del Batán estarán interesados en nuestros servicios.

2.5 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Pregunta 1. ¿Quién le baña a su mascota?

Tabla N° 1. Pregunta 1

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Centro Especializado	108	72%
Usted	32	21%
Otro	10	7%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alba López

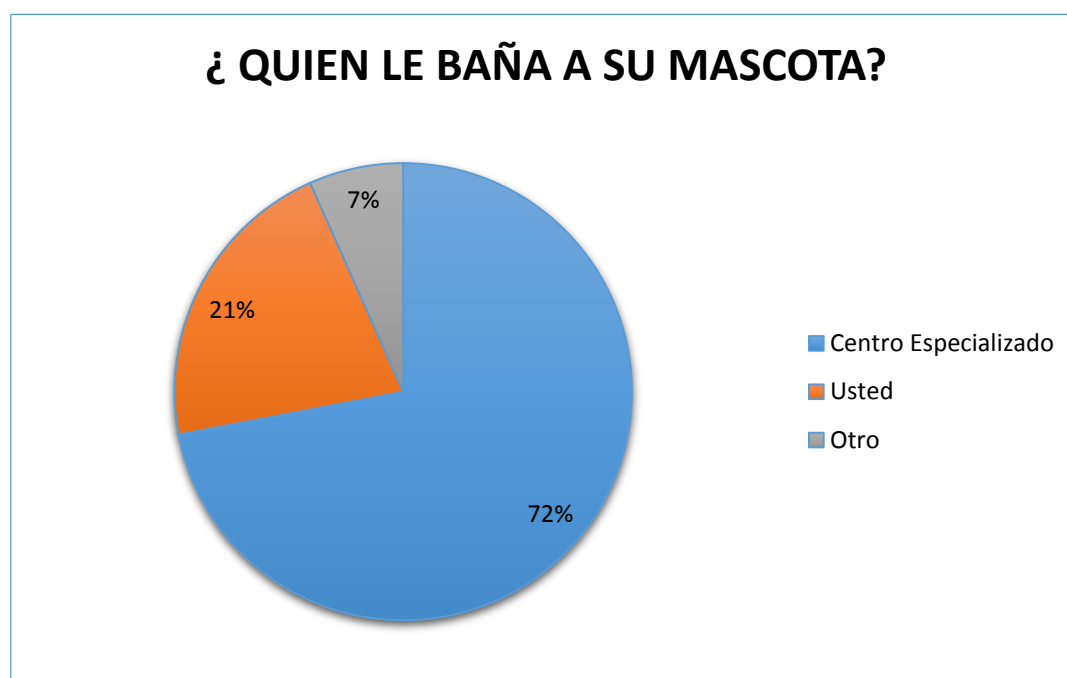


Gráfico N° 1: Quien le baña a su mascota

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alba López

Análisis e interpretación

Se encuentra que un 72% acuden a un centro especializado para hacerle bañar a su mascota, el 21% realiza el baño de la mascota el propio dueño, mientras que un 7% no los llevan a una peluquería canina o el dueño lo baña. Esto nos indica que las personas prefieren acudir a un centro especializado como las peluquerías caninas que realizar esta actividad los mismos dueños.

Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia baña a su mascota?

Tabla N° 2. Pregunta 2

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Mensual	96	64%
Trimestral	40	27%
Semestral	14	9%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alba López

¿CON QUE FRECUENCIA BAÑA A SU MASCOTA?

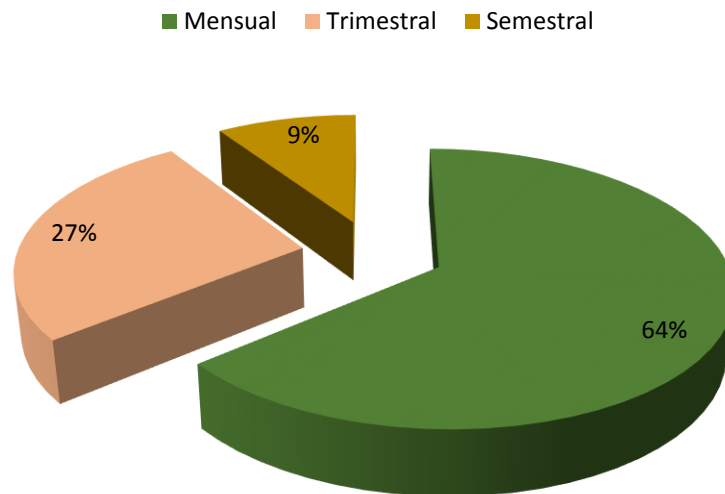


Gráfico N° 2: Con qué frecuencia baña a su mascota

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alba López

Análisis e interpretación

El tiempo que acuden o solicitan el servicio de peluquería canina para sus mascotas es importante ya que podremos saber cada cuanto podrían solicitar nuestros servicios. En base a la segunda pregunta se puede determinar que el 64% de personas acuden de manera mensual y solo el 9% acuden a una peluquería canina semestral.

Pregunta 3. ¿Le realiza corte de pelo o solo baño a su mascota?

Tabla N° 3. Pregunta 3

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Corte de pelo	9	6%
Baño	17	11%
Ambas	124	83%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alba López

¿LE REALIZA CORTE DE PELO O SOLO BAÑO A SU MASCOTA?

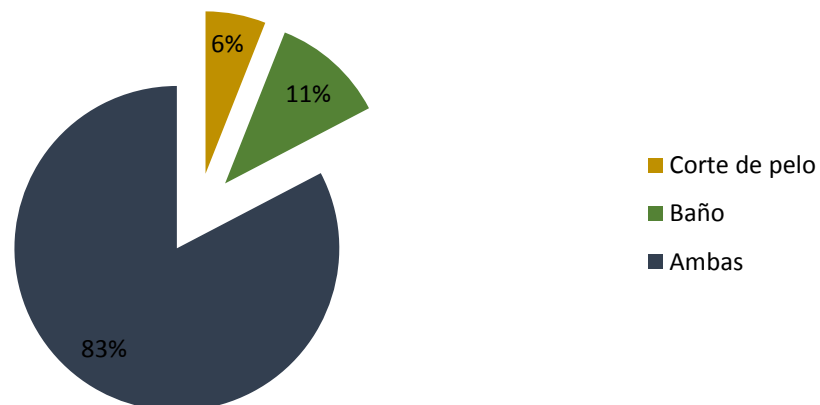


Gráfico N° 3: Le realiza corte de pelo o solo baño a su mascota

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alba López

Análisis e interpretación

Las personas que utilizan el servicio de peluquería canina en un 83% prefieren llevar a sus mascotas para que les realicen el baño y corte de pelo un 11% acuden solo para el baño y el 6% van solo para el corte de pelo; mediante esta pregunta podremos determinar los precios y el tipo de preferencia que tienen los clientes al momento de ir a una peluquería canina.

Pregunta 4. ¿Conoce usted alguna peluquería canina cerca de su domicilio?

Tabla N° 4. Pregunta 4

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	45	30%
No	92	61%
Desconoce	13	9%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborada por: Alba López

**¿CONOCE USTED ALGUNA PELUQUERÍA
CANINA CERCA DE SU DOMICILIO?**

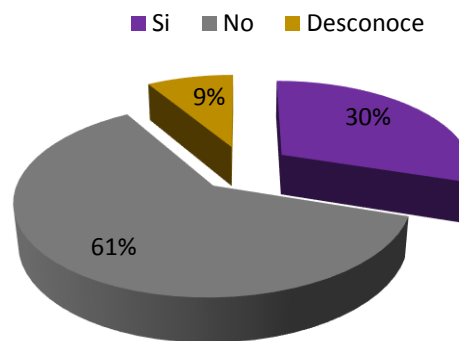


Gráfico N° 4: Conoce usted alguna peluquería canina cerca de su domicilio

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alba López

Análisis e interpretación

Se encontró que un 61% no dispone de una peluquería cerca a su domicilio el 30% sí tiene una peluquería canina cerca y el 9% desconoce si cerca de su domicilio cuenta con este servicio. Podemos ver que la mayoría no dispone de una peluquería canina cerca de su domicilio.

Pregunta 5. ¿Estaría interesado en utilizar el servicio de peluquería canina móvil a domicilio?

Tabla N° 5. Pregunta 5

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	136	91%
No	14	9%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborada por: Alba López

¿ ESTARÍA INTERESADO EN UTILIZAR EL SERVICIO DE PELUQUERÍA CANINA MOVIL A DOMICILIO?

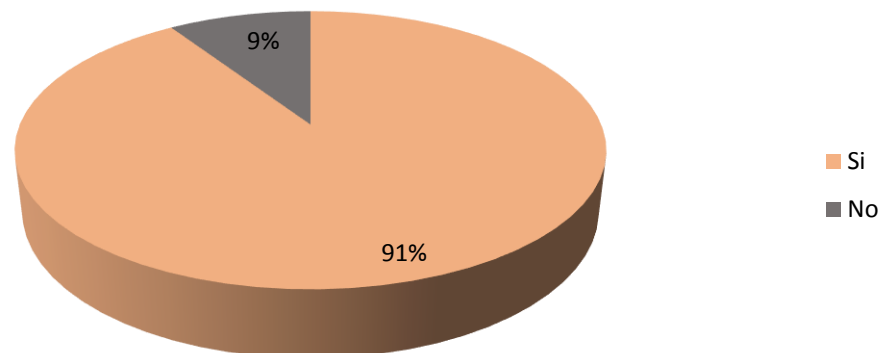


Gráfico N° 5: ¿Estaría interesado en utilizar el servicio de peluquería canina móvil a domicilio?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alba López

Análisis e interpretación

En base a esta pregunta se puede determinar si las personas que residen en el sector del Batán estarían interesadas en utilizar el servicio móvil a domicilio para el cuidado de sus mascotas. El 91% si utilizaría el servicio de peluquería móvil a domicilio mientras que un 9% no lo ocuparía ya sea porque tienen una peluquería de su confianza o porque ellos no llevan a sus mascotas a un centro especializado.

Pregunta 6. ¿Le gustaría recibir el servicio de peluquería canina móvil a domicilio gratis por el cumpleaños de su mascota?

Tabla N° 6. Pregunta 6

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	138	92%
No	0	0%
Mejor el cumpleaños del dueño	12	8%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborada por: Alba López

¿ LE GUSTARIA RECIBIR EL SERVICIO DE PELUQUERÍA CANINA MOVIL A DOMICILIO GRATIS POR EL CUMPLEAÑOS DE SU MASCOTA?

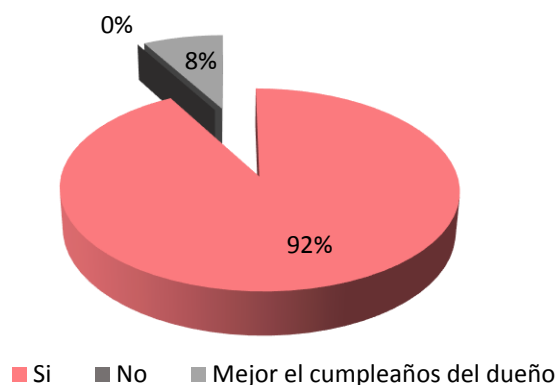


Gráfico N° 6: Le gustaría recibir el servicio de peluquería canina móvil a domicilio gratis por el cumpleaños de su mascota

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alba López

Análisis e interpretación

De acuerdo al resultado se determina que un 92% de personas si quisieran recibir el servicio de peluquería canina gratis por ser el cumpleaños de su mascota un 8% desearían que se realice esta actividad el día que cumpleaños los dueños de las mascotas. Se puede determinar que para las personas sus mascotas son muy importantes.

Pregunta 7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de peluquería canina móvil a domicilio?

Tabla N° 7. Pregunta 7

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
10-15	36	24%
20-25	57	38%
30-35	43	29%
Más de 35	14	9%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta.
Elaborada por: Alba López

¿CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO DE PELUQUERÍA CANINA MOVIL A DOMICILIO?

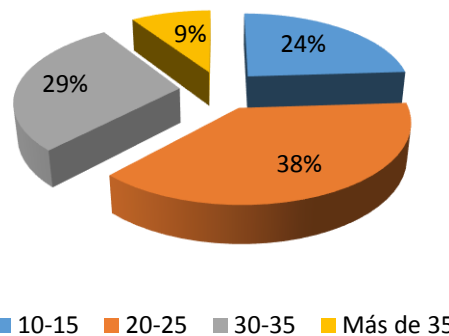


Gráfico N° 7: Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de peluquería canina móvil a domicilio

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alba López

Análisis e interpretación

Mediante la interrogante se puede constatar que el 38% está dispuesto a pagar 20-25 dólares por el servicio de peluquería canina móvil a domicilio un 29% entre 30-35 dólares, el 24 % de 10-15 dólares y un 9% estaría dispuesto a pagar más de 35 dólares. Es muy importante esta interrogante ya que nos permitirá asignar un precio al servicio.

Pregunta 8. ¿Por qué medio quisiera conocer nuestro servicio?

Tabla N° 8. Pregunta 8

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp)	117	78%
Radio, Televisión, Periódicos	28	19%
Afiches en tiendas y casa comunal	5	3%
TOTAL	150	100

Fuente: Encuesta.

Elaborada por: Alba López

¿ PORQUE MEDIO QUISIERA CONOCER NUESTRO SERVICIO?

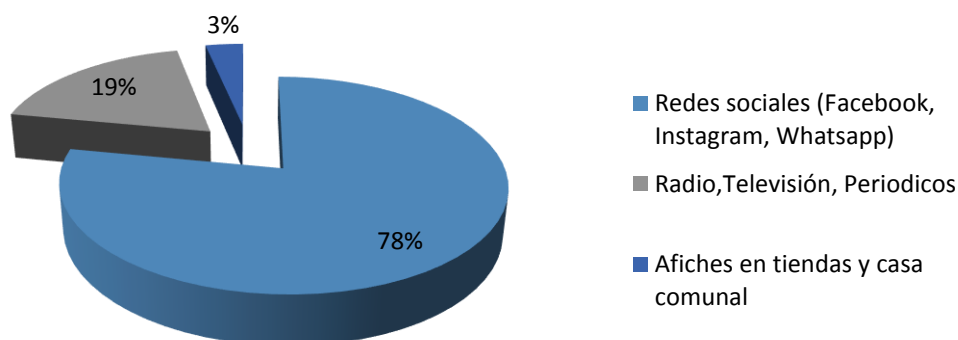


Gráfico N° 8: Porque medio quisiera conocer nuestro servicio

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alba López

Análisis e interpretación

Para que las personas conozcan de nuestro servicio debemos utilizar un medio de comunicación y en base a esta pregunta se determina que el 78% de las personas quisieran conocer nuestros servicios mediante redes sociales.

2.6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

Tabla N° 9 Análisis de los resultados del diagnóstico

PREGUNTAS	ALERNATIVAS	RESPUESTA
Pregunta 1. ¿QUIEN LE BAÑA A SU MASCOTA?	Centro Especializado	72%
	Usted	21%
	Otro	7%
Pregunta 2. ¿CON QUE FRECUENCIA BAÑA A SU MASCOTA?	Mensual	64%
	Trimestral	27%
	Semestral	9%
Pregunta 3. ¿LE REALIZA CORTE DE PELO O SOLO BAÑO A SU MASCOTA?	Corte de pelo	6%
	Baño	11%
	Ambas	83%
Pregunta 4. ¿CONOCE USTED ALGUNA PELUQUERÍA CANINA CERCA DE SU DOMICILIO?	Si	30%
	No	61%
	Desconoce	9%
Pregunta 5. ¿ESTARÍA INTERESADO EN UTILIZAR EL SERVICIO DE PELUQUERÍA CANINA MOVIL A DOMICILIO?	Si	91%
	No	9%
Pregunta 6. ¿LE GUSTARIA RECIBIR EL SERVICIO DE PELUQUERÍA CANINA MOVIL A DOMICILIO GRATIS POR EL CUMPLEAÑOS DE SU MASCOTA?	Si	92%
	No	0%
	Mejor el cumpleaños del dueño	8%
Pregunta 7. ¿CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO DE PELUQUERÍA CANINA MOVIL A DOMICILIO?	10-15	24%
	20-25	38%
	30-35	29%
	Más de 35	9%
Pregunta 8. ¿PORQUE MEDIO QUISIERA CONOCER NUESTRO SERVICIO?	Redes sociales	78%
	Radio, Televisión, Periódicos	19%
	Afiches en tiendas y casa comunal	3%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alba López

En base a los resultados obtenidos en la encuesta podemos determinar los más importantes, el 72% de las personas llevan a un centro especializado a sus mascotas, el 64% lo realiza de manera mensual, un 83% le realiza el baño y el corte de pelo a sus mascotas, el 61% de las personas indican que no tienen peluquerías caninas cerca de su domicilio, 91% de personas si quisieran solicitar el servicio de peluquería canina móvil a domicilio, un 92% le gustaría que el día que su mascota cumpla años le realicen gratis el servicio de peluquería canina, el 38% de las personas están dispuestas a pagar entre 20-25 dólares por el servicio y el 78% de personas quisieran conocer sobre nuestro servicio mediante redes sociales.

2.7 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda potencial: La demanda potencial se obtiene de la primera interrogante de la encuesta en la que un 72% acuden a un centro especializado, en base a nuestra población universo que son 23.673 sacamos el 72% obteniendo = 17.045.

Oferta existente: Se identificó 3 centros especializados en el sector del Batán los cuales atienden en diferentes horarios y tienen una estimación de 1320 mascotas atendidas en sus peluquerías caninas de manera mensual.

Oferta del proyecto: el proyecto pretende atender 253 mascotas de manera mensual ya que se tiene una demanda muy alta no se alcanzará a cubrir con todo por lo que en el futuro se podría implementar más unidades.

Demanda Insatisfecha $17.045 - 1320 = 15.725$

Oferta del proyecto 253

$253 * 100 / 15.725 = 1.61\%$

Del total de la demanda insatisfecha con nuestro proyecto cubriremos apenas el 1,61%

2.8. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El plan de comercialización de mi proyecto se utilizará marketing mix que se fundamenta en las 4 P que son Producto, Plaza, Precio y Promoción.

2.8.1 Plaza:

Se ofertará el servicio en el sector del Batán del Distrito Metropolitano de Quito, al no tener un local fijo nuestros clientes podrán contactarnos mediante la página de Facebook, nuestra página web o vía telefónica para acceder a nuestro servicio.

2.8.2 Producto:

El servicio de peluquería canina móvil se lo realizará en el domicilio del dueño de la mascota dependiendo de las preferencias del estilo de corte, adicional de tratamientos anti pulgas, garrapatas e infecciones a la piel, con servicio de limpieza de oídos, lagrimales y uñas, según los requerimientos de los propietarios.

- ⇒ Baño anti pulgas
- ⇒ Corte de uñas
- ⇒ Baño y cepillado
- ⇒ Limpieza de oídos
- ⇒ Limpieza de lagrimales
- ⇒ Corte de raza
- ⇒ Limpieza de glándulas perianales

2.8.3 Precio:

Los precios que nos manejaremos son los siguientes

Realizando un estudio de mercado y comercialización determinamos que los valores adecuados según el sector y precios referenciales, los valores adecuados serian

Tabla N° 10 Precio: los precios que nos manejaremos son los siguientes

SERVICIO	PRECIO PET KOMBI
BAÑO Y CORTE	
Raza pequeña	15
Raza media	20
Raza grande	25
Pelaje Motoso	Adicional 10
Baño especial anti pulgas	Adicional 10

Elaborado por: Alba López

Siempre que se realice el baño, el servicio incluirá: vacío de glándulas anales, limpieza de oídos y corte de uñas.

2.8.4 Promoción:

Se debe realizar publicidad en los diferentes medios como son las redes sociales que de hecho en nuestra encuesta se notó que el 78% quisiera conocer de nuestro servicio por medio de redes sociales.

Como recién empezamos nuestro negocio debemos posesionarnos en el mercado uno de las estrategias para darnos a conocer es ir al Parque Metropolitano Guanguiltagua para ofertar nuestro servicio a todas las personas que acuden a este espacio y generalmente acuden con sus mascotas.

Se va a realizar promociones por la apertura del negocio las cuales se darán a conocer por medio de la página web, la página de Facebook, radio y en algunos periódicos y revistas. Las promociones duraran un mes, mediante esto esperamos que las personas que accedan a nuestro servicio también se vuelvan nuestros promotores y poder adquirir más clientela, generando una publicidad gratuita.

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO

3.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.1.1 Macro localización

Mi negocio estará ubicado en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito en la Parroquia de Ñaquito en el Sector de “El Batán”.



Gráfico N° 9 Sector del Batan
Fuente: Google maps

3.1.2. Micro localización

Por ser un negocio de una peluquería ambulante el vehículo se encontrara parqueado en las calles Guanguiltagua N34-443 y Federico Paéz, sitio estratégico de movilización encontrándonos en el punto central de nuestros ejes más fuertes, donde además de estar situado mi domicilio servirá como punto de abasto y recargas, mismo que nos permitirá realizar descargas de exceso de productos, limpieza de los utensilios y material requerido, abastos de productos y descanso esperando la próxima movilización



Gráfico N° 10 Sector del Batan 2
Fuente: Google maps

3.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Todos nuestros servicios para perros incluyen baño, champú específico, limpieza de oídos y glándulas, corte de uñas, limpieza de lagrimales y perfume.

BAÑO BÁSICO

Incluye un primer baño con champú básico (para eliminar la suciedad y el olor) y un segundo enjabonado con champú específico según el tipo de pelaje y color, aplicando siempre o mascarilla o acondicionador para proporcionar un aspecto inmejorable al pelo y la piel de su mascota.

BAÑO Y ARREGLO

Este servicio incluye un baño básico y un arreglo a tijera de patas, cara y zona perianal.

BAÑO Y CORTE

Incluye un baño básico y el cliente elige cómo quiere que se haga el corte, a máquina o a tijera, siempre buscando una armonía estética.

STRIPPING

El término stripping significa arrancar. Consiste en una acción mecánica de cambio del manto, y tiene como finalidad básica la renovación del pelo de cobertura, consiguiendo en un futuro, un pelo duro, brillante y con más pigmentación. Es un trabajo realizado a mano, para retirar el pelo maduro y dejar paso al pelo nuevo.

Se utiliza en razas como Schnaucer, Westy, Fox Terrier, Teckel, etc.

Incluye un baño básico con arreglo también.

Mientras el estilista les realiza la peluquería a sus mascotas sus dueños podrán realizar otras actividades y mediante el aplicativo web observaran el trabajo que se está realizando en vivo de igual manera se manejara el sistema para que quede guardado las sesiones de peluquería para que nuestros clientes cuenten siempre con un respaldo del mismo y si lo requirieran poderles entregar.

Al momento de terminar el trabajo se les regalara una galleta orgánica a nuestros clientes y a sus mascotas, tratando de hacerles sentir lo más confortables posibles desde que solicitan nuestro servicio y una vez que se finaliza el mismo.

3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

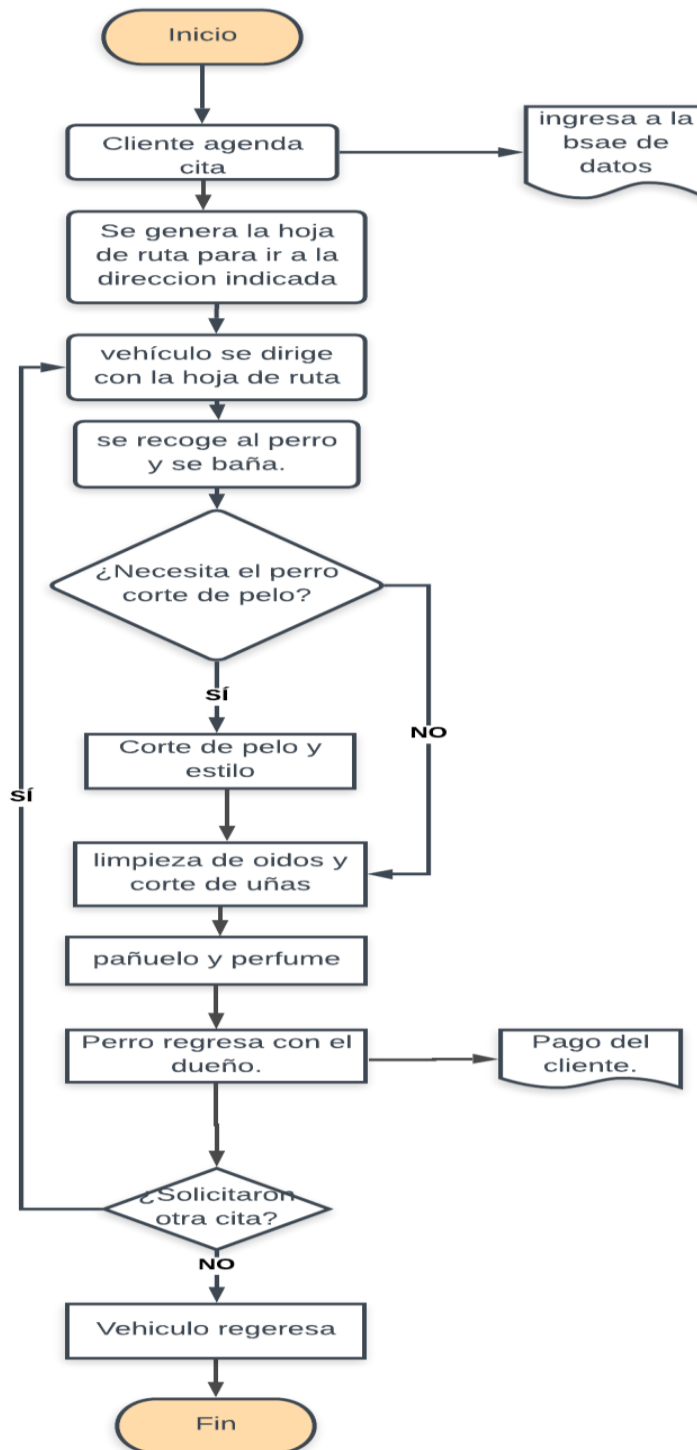


Figura N° 3 Flujo grama de proceso
Elaborado por: Alba López

Proceso de Producción

- Se prepara el vehículo, los equipos y el material que se va utilizar
- Se chequea los documentos para no olvidarse nada
- Vamos al domicilio donde solicitaron el servicio
- El cliente nos manifiesta lo que necesita
- Se asesora al cliente viendo el estado de su mascota para que quede satisfecho.
- Se prepara a la mascota
- El cliente la puede retirar una vez termina la sesión de peluquería.

Se contará con insumos de alta calidad, los mismos que serán provistos por nuestra empresa, contando con una cartera de proveedores que manejan una alta gama de productos manejables, a costos convenientes dentro del mercado y un sistema de cartera con garantía y abastecimiento necesario de productos en percha

3.4 DESCRIPCIÓN DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Para realizar la parte operativa se utilizará el vehículo, pero para la parte administrativa una oficina en la Guanguiltagua en donde se encontrará el carro estacionado hasta que realicen alguna solicitud.



Figura N° 4 Infraestructura física
Fuente: (Googlemaps, 2019)

3.5 DESCRIPCIÓN DE HERRAMIENTAS Y MATERIALES

A continuación, detallaremos la infraestructura necesaria para la prestación del servicio desde el área administrativa en la toma o recepción del pedido, hasta la entrega de la mascota con lasos decorativos y fragancias reconocibles

Tabla N° 11 Descripción de herramientas y materiales

INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVA			
ARTÍCULOS	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mesa	1	30	30
Silla	1	10	10
Computadora	1	100	100
Teléfono celular	1	200	200

Elaborado por: Alba López

Tabla N° 12 Infraestructura del automotor

INFRAESTRUCTURA DEL AUTOMOTOR			
ARTÍCULOS	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Automotor	1	20 000	20 000
Secador de pelo	1	60	60
Tijera eléctrica	1	30	30
Cepillos	4	5	20
Tijera entresacadora	2	15	30
Corta uñas	2	5	10
Rasuradora	2	60	120
Peinilla de una cerda	4	2	8
Peinilla de dos cerdas	4	3	12
Toalla	6	5	30
Shampo canino	2	4	8
Acondicionador canino	2	6	12
Jabón canino	2	4	8
Lasos decorativos	20	1	20
Splash de fragancias	2	7	14
Cepillos bucales	2	1	2

Elaborado por: Alba López

3.6 DESCRIPCIÓN DEL RECURSO HUMANO

A continuación, detallaremos el talento humano necesario para la prestación del servicio, con las actividades que cada uno de ellos realizarán dentro de la misma desde la toma o recepción del pedido, hasta la entrega de la mascota en el domicilio

Gerente: Es la persona que hará cumplir la visión que se planteó, optimizando los recursos del negocio.

Estilista peluquero: Estará encargado de realizar el cuidado y el corte estético de las mascotas, actualizando constantemente sus conocimientos en peluquería canina.

Contadora: Elaborar informes financieros y tributarios, analizando los anteriores, a los fines de comprobar que se esté velando por el cumplimiento de los estándares.

3.7 LA CONSTITUCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

La Cámara de Comercio de Quito indica que:

- La institución responsable es el Municipio de Quito. Su registro e impuesto se grava a toda persona natural o jurídica que ejerce actividades comerciales dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

3.7.1 Registro de Patentes Municipales

- Para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad
- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página www.quito.gob.ec
- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.
- Original y copia de la licencia de conducir, categoría profesional, en el caso de que realice actividades de transporte.
- Original y copia del carné del CONADIS en el cual se verifique el grado de discapacidad que posea el administrado.

3.7.2 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Para fines tributarios, toda persona natural o empresa que ejerce una actividad económica debe obligatoriamente permanecer en este registro.

Requisitos:

Personas naturales

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

3.7.3 Permiso de Bomberos

Al manejar un generador eléctrico a combustible como fuente de energía adicional para los equipos se debe obtener este permiso que los bomberos de Quito.

a) El responsable técnico del sistema contra incendios debe acercarse a las oficinas del área técnica del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, con los siguientes requisitos:

- Formulario Declarativo de Ocupación firmado por el Propietario del Proyecto en el siguiente link: Declarativo Área Técnica (se verificará las firmas de validación)
- Copia del certificado de Visto Bueno de Planos.
- Copia de la memoria técnica y/o formulario declarativo aprobada y sellada en V.B.P.
- Copia de los planos SCI aprobados y sellados. (Bomberos Quito, 2019)

3.8 FILOSOFÍA

Misión

Somos una peluquería canina móvil que ofrecemos servicios de calidad, eficiencia, eficacia, buen gusto y optimización del tiempo para nuestros clientes, generando confianza basada en la calidez del servicio.

Visión

Ser una peluquería canina móvil líder en el sector norte de Quito con reconocimientos por nuestros clientes, con enfoque a brindar nuestro servicio en toda la ciudad, entregando a las personas un estilo y modelo de vida diferente, actualizando las costumbres diarias para poder disfrutar un tiempo en familia.

Valores

ACTITUD: Es la forma de comprometerse con la compañía; cuando tenemos una actitud positiva hacia los demás podemos desempeñarnos mucho mejor y mostrar las fortalezas de la empresa en la cual se labora.

COMPORTAMIENTO: el buen comportamiento nos abre las puertas a donde quiera que vayamos, es una carta de presentación para nuestra organización.

HONESTIDAD: Es un pilar muy importante, generamos confianza y respeto en los demás, es uno de los valores más preciados en las empresas.

LEALTAD: Compromiso que en todo momento debemos demostrar, para y por nuestra empresa y con quienes laboramos.

RESPECTO: es un valor básico que nos induce a la cordialidad, armonía y aceptación.

3.9 ORGANIZACIÓN

Recepción del pedido, hasta la entrega de la mascota en el domicilio

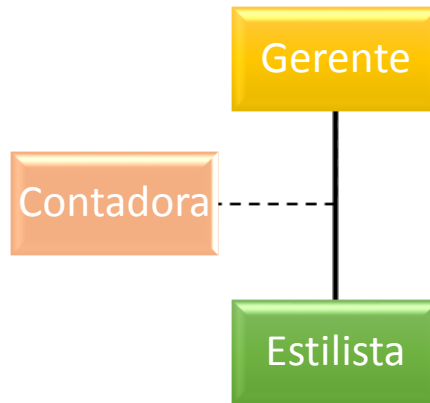


Gráfico N° 11 Organigrama
Elaborado por: Alba López

3.10 FUNCIONES

Tabla N° 13 Funciones

PERSONAL CONTRATADO		
PERSONAL	CARGO	ACTIVIDADES
ALBA GISSELA LÓPEZ ZAMBRANO	GERENTE	COBRO DE SERVICIOS
		SEGUIMIENTO DE CLIENTES
		MANEJO DE STOCK
		MANEJO DE PROVEEDORES
		CONDUCCIÓN DEL AUTOMOR
		MANEJO DE ROL DE PAGOS
		RECEPCIÓN DE PEDIDOS
LUIS EDUARDO CHAVEZ DE MORA	ESTILISTA CANINO	MANEJO DE MASCOTAS
		CORTE, BAÑO E HIGIENE DE LAS MASCOTAS
INDIRA SAMANTA LÓPEZ ZAMBRANO	CONTADORA	DECLARACIÓN DE LOS IMPUESTOS EN EL S.R.I
		CALCULAR EL MONTO A CANCELAR POR LOS IMPUESTOS

Elaborado por: Alba López

CAPÍTULO IV
ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

4.1 ANÁLISIS FINANCIERO

4.1.1 Activos Fijos

Tabla N° 14 Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	
CONCEPTO	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	
Mesas de escritorio	40,00
Silla de oficina	60,00
Total	100,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	
Computador	500,00
Impresora	300,00
Total	800,00
EQUIPOS DE OFICINA	
Material de oficina	160,00
Material de aseo	80,00
Total	240,00
CONSTRUCCIÓN	
Vehículo	20.000,00
Implementación ducha	70,00
Total	20.070,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	21.210,00

Elaborado por: Alba López

4.1.2 Activos Intangibles

Tabla N° 15 Activos intangibles

Activo diferido	Valor
Gastos de constitución (Permisos de funcionamiento)	500,00
Gastos de adecuación	100,00
Adecuación del vehículo	50,00
Publicidad inicial	50,00
TOTAL DE GASTOS CONSTITUCIÓN	600,00

Elaborado por: Alba López

La tasa de interés del préstamo es del 16,50 % anual, para cinco años.

4.1.4 Capital de trabajo

Tabla N° 16 Capital de trabajo

Concepto		Valor
COSTO DEL SERVICIO	16.415,20	16.415,20
COSTOS DIRECTOS		
Sueldos y salarios	14.515,20	
MP	1.900,00	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	16.704,23	16.704,23
Sueldos administrativos	14515,20	
Honorarios	240,00	
Amortizaciones	100,00	
Depreciaciones	239,87	
Mantenimiento	334,64	
Energía Eléctrica	320,16	
Internet	540,00	
Teléfono	312,36	
Suministros de oficina	102,00	
GASTOS DE VENTAS	120,00	120,00
Publicidad	120,00	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL		33.239,43
CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL		2.769,95

Elaborado por: Alba López

Tiene como objetivo fundamental garantizar el normal funcionamiento del proyecto. Constituyen los recursos necesarios para la operación normal de la empresa.

4.1.5 Financiamiento

Tabla N° 17 Recursos

RUBROS DE INVERSION	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		RECURSOS TERCEROS	RECUERSOS PROPIOS
ACTIVOS FIJOS	21.210,00	12.726,00	8.484,00
ACTIVOS DIFERIDOS	600,00	360,00	240,00
CAPITAL DE TRABAJO	2.771,62	1.662,97	1.108,65
TOTAL INVERSION	24.581,62	14.748,97	9.832,65

Elaborado por: Alba López

Tabla N° 18 Estructura de financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
FUENTES	VALOR	%
Recursos propios	9.832,65	40%
Recursos terceros	14.748,97	60%

Elaborado por: Alba López

Tabla N° 19 Costo del capital

COSTO DEL CAPITAL				
DETALLE	VALOR	%	COSTO	CPPC
Capital propio	9.832,65	40,00%	5,62%	2,25%
Recursos terceros	14.748,97	60,00%	16,50%	9,90%
TOTAL	24.581,62	100,00%	22,12%	12,15%

Elaborado por: Alba López

Tabla N° 20 Amortización

DATOS: Inversión Total		24581,62
PRÉSTAMO	14.748,97	0,1650
TASA	4,13%	
Años	5	RENTA \$737,45
Periodos	4 trimestral	
Total de periodos	20	

AÑO	SALDO INICIAL	RENTA	INTERES VENCIDO	CAPITAL PAGADO	DEUDA
0					14.748,97
1	14.748,97	737,45	608,40	737,45	14011,52
2	14011,52	737,45	577,98	737,45	13274,07
3	13274,07	737,45	547,56	737,45	12536,63
4	12.536,63	737,45	517,14	737,45	11799,18
5	11799,18	737,45	486,72	737,45	11061,73
6	11061,73	737,45	456,30	737,45	10324,28
7	10.324,28	737,45	425,88	737,45	9586,83
8	9586,83	737,45	395,46	737,45	8849,38
9	8849,38	737,45	365,04	737,45	8111,93
10	8.111,93	737,45	334,62	737,45	7374,49
11	7374,49	737,45	304,20	737,45	6637,04
12	6637,04	737,45	273,78	737,45	5899,59
13	5.899,59	737,45	243,36	737,45	5162,14
14	5162,14	737,45	212,94	737,45	4424,69
15	4424,69	737,45	182,52	737,45	3687,24
16	3.687,24	737,45	152,10	737,45	2949,79
17	2949,79	737,45	121,68	737,45	2212,35
18	2212,35	737,45	91,26	737,45	1474,90
19	1.474,90	737,45	60,84	737,45	737,45
20	737,45	737,45	30,42	737,45	0,00

Elaborado por: Alba López

4.1.6 Costos y gastos

Tabla N° 21 Costo y Gastos

Costos y Gastos	Años				
	1	2	3	4	5
Tasa de inflación promedio	0,397%	0,397%	0,397%	0,397%	0,397%
<u>COSTOS DIRECTOS</u>					
Sueldos y salarios	14.515,20	14.572,78	14.630,58	14.688,62	14.746,88
MP	1.900,00	1.907,54	1.915,10	1.922,70	1.930,33
SUBTOTAL	16.415,20	16.480,31	16.545,69	16.611,32	16.677,21
<u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u>					
Sueldos administrativos	14.515,20	14.572,78	14.630,58	14.688,62	14.746,88
Honorarios	240,00	240,95	241,91	242,87	243,83
Amortizaciones	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Depreciaciones	239,87	239,87	239,87	239,87	239,87
Mantenimiento	334,64	335,97	337,30	338,64	339,98
Energía Eléctrica	320,16	321,43	322,70	323,99	325,27
Internet	540,00	542,14	544,29	546,45	548,62
Telefono	312,36	313,60	314,84	316,09	317,35
Suministros de oficina	102,00	102,40	102,81	103,22	103,63
SUBTOTAL	16.724,23	16.789,14	16.854,31	16.919,74	16.985,42
<u>GASTOS DE VENTAS</u>					
Publicidad	120,00	120,48	120,95	121,43	121,92
SUBTOTAL	120,00	120,48	120,95	121,43	121,92
<u>GASTOS FINANCIEROS</u>	2.251,06	1.764,35	1.277,63	790,91	304,20
Interés pagado	2.251,06	1.764,35	1.277,63	790,91	304,20
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	35.510,49	35.154,27	34.798,58	34.443,40	34.088,74

Elaborado por: Alba López

4.1.7 Ingreso

Para la elaboración del presupuesto de ingresos proyectados para cinco años, se utiliza datos del estudio de mercado, como son los servicios que prestarán, los precios que las personas estarán dispuestas a pagar, los porcentajes probables de uso del servicio y además es importante considerar el porcentaje de la Demanda insatisfecha que captará el proyecto.

Tabla N° 22 Ingreso

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Raza Pequeña	1500	1524	1548	1573	1598	1624
Valor	15,00	15,06	15,12	15,18	15,24	15,30
Tota Anual	22.500	22950,68	23410,38	23879,30	24357,60	24845,49
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Raza mediana	850	864	877	891	906	920
Valor	20	20,08	20,16	20,24	20,32	20,40
Tota Anual	17000	17340,51	17687,85	18042,13	18403,52	18772,15
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Raza grande	720	732	743	755	767	779
Valor	25	25,10	25,20	25,30	25,40	25,50
Tota Anual	18000	18.361	18.728	19.103	19.486	19.876

Elaborado por: Alba López

4.1.8 Estado de Resultados

Tabla N° 23 Estado de resultados

<u>INGRESOS</u>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de inflación promedio	0,40%	0,40%	0,40%	0,40%	0,40%
Ventas Totales	58.651,73	59.826,53	61.024,87	62.247,20	63.494,02
(-) Costos de Producción	16.415,20	16.480,31	16.545,69	16.611,32	16.677,21
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	42.236,53	43.346,22	44.479,18	45.635,89	46.816,82
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>					
Gastos de Administración	16.724,23	16.789,14	16.854,31	16.919,74	16.985,42
Gastos de Ventas	120,00	120,48	120,95	121,43	121,92
UTILIDAD OPERACIONAL	25.392,31	26.436,61	27.503,92	28.594,72	29.709,48
Gasto Financiero	2.251,06	1.764,35	1.277,63	790,91	304,20
UTILIDAD DEL EJERCICIO	23.141,24	24.672,26	26.226,29	27.803,80	29.405,28
15 % Participación Laboral	3.471,19	3.700,84	3.933,94	4.170,57	4.410,79
UTILIDAD DESPUÉS DE PART. LABORAL	19.670,06	20.971,42	22.292,35	23.633,23	24.994,49
25% Impuesto a la Renta	4.917,51	5.242,86	5.573,09	5.908,31	6.248,62
UTILIDAD NETA	14.752,54	15.728,57	16.719,26	17.724,93	18.745,87

Elaborado por: Alba López

4.1.9 Balances

Tabla N° 24 Balance situación inicial

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		<u>PASIVO CORRIENTE</u>	
Caja y Bancos	\$ 2.671,62	Participación trabajadores utilidades	-
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	2.671,62	Impuesto Renta	-
		PASIVO LARGO PLAZO	14.748,97
<u>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</u>		<u>TOTAL DE PASIVOS</u>	
		14.748,97	
MUEBLES Y ENSERES	100,00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	800,00	<u>PATRIMONIO</u>	
EQUIPOS DE OFICINA	240,00	Capital social pagado	9.832,65
CONSTRUCCIÓN	20.070,00	Reserva Legal	-
TOTAL ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	21.210,00	Utilidad Retenida	-
(-) Depreciaciones	-	Utilidad Retenida del Periodo	-
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	21.210,00	Utilidad (pérdida) neta	-
		TOTAL PATRIMONIO	
		9.832,65	
<u>ACTIVOS DIFERIDOS</u>			
Gastos de constitución (Permisos de funcionamiento)	500,00		
Gastos de adecuación	100		
Adecuación del vehículo	50		
Publicidad inicial	50		
(-)Amortizaciones	-		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	700,00		
TOTAL DE ACTIVOS	24.581,62	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	24.581,62

Elaborado por: Alba López

Tabla N° 25 Balance General

	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y Bancos	(2.671,62)	9.491,24	22.630,12	36.759,69	51.894,93	68.051,10
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	-2671,62	9491,24	22630,12	36759,69	51894,93	68051,10
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Muebles y Enseres	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Equipos de oficina	-	-	-	-	-	-
Equipos de computo	20070,00	20070,00	20070,00	20070,00	20070,00	20070,00
Construcción	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	20170,00	20170,00	20170,00	20170,00	20170,00	20170,00
(-) Depreciaciones		239,87	479,73	719,60	959,47	1199,33
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	20170,00	19930,13	19690,27	19450,40	19210,53	18970,67
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos de constitución (Permisos de funcionamiento)	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Gastos de adecuación	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Adecuación del vehículo	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Publicidad inicial	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
(-) Amortizaciones		120,24	240,48	360,72	480,96	601,20
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	700,00	579,76	459,52	339,28	219,04	98,80
TOTAL DE ACTIVOS	18198,38	30001,13	42779,90	56549,37	71324,50	87120,57
PASIVO CORRIENTE						
Participación trabajadores utilidades		3471,19	3700,84	3933,94	4170,57	4410,79
Impuesto Renta		4917,51	5242,86	5573,09	5908,31	6248,62
PASIVO LARGO PLAZO	14748,97	11799,18	8849,38	5899,59	2949,79	0,00
TOTAL DE PASIVOS	14748,97	20187,88	17793,08	15406,62	13028,67	10659,41
PATRIMONIO						
Capital social pagado	9832,65	9832,65	9832,65	9832,65	9832,65	9832,65
Utilidad Retenida			14752,54	30481,11	47200,37	64925,30
Utilidad Retenida del Periodo						
Utilidad (pérdida) neta		14752,54	15728,57	16719,26	17724,93	18745,87
TOTAL PATRIMONIO	9832,65	24585,19	40313,76	57033,02	74757,94	93503,81
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	24581,62	44773,07	58106,83	72439,64	87786,62	104163,22

Elaborado por: Alba López

4.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

4.2.1 Valor Actual Neto

Tabla N° 26 Cálculo del Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJO NETO ACTUAL	FACTOR ACTUAL. 12,15%	FLUJO ACTUALIZADO
0	-24.581,62		-24.581,62
1	12.162,86	1,00000000	12.162,86
2	13.138,88	1,00000000	13.138,88
3	14.129,57	1,00000000	14.129,57
4	15.135,24	1,00000000	15.135,24
5	16.156,18	1,00000000	16.156,18
			46.141,10

Elaborado por: Alba López

$$\text{VAN} = \frac{F_0}{(1+i)^0} + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \frac{F_4}{(1+i)^4} + \frac{F_5}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN} = \frac{-24.581,62}{(1,1215)^0} + \frac{12.162,86}{(1,1215)^1} + \frac{13.138,88}{(1,1215)^2} + \frac{14.129,57}{(1,1215)^3} + \frac{15.135,24}{(1,1215)^4} + \frac{16.156,18}{(1,1215)^5}$$

$$\text{VAN} = \frac{-24.581,62}{1} + \frac{12.162,86}{1,12148} + \frac{13.138,88}{1,25771739} + \frac{14.129,57}{1,410504899} + \frac{15.135,24}{1,581853034} + \frac{16.156,18}{1,774016541}$$

$$\text{VAN} = -24.581,62 + 10.845,36 + 10.446,61 + 10.017,39 + 9.568,04 + 9.107,12$$

$$\text{VAN} = 25.402,90$$

4.2.2 Tasa Interna de Retorno

Tabla N° 27 Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN Menor	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		12,15%		13,15%	
0	-24.581,62		-24.581,62		-24.581,62
1	12.162,86	0,8916630	10.845,17	0,8837826	10.749,32
2	13.138,88	0,7950628	10.446,23	0,7810717	10.262,41
3	14.129,57	0,7089281	10.016,85	0,6902975	9.753,61
4	15.135,24	0,6321249	9.567,36	0,6100729	9.233,60
5	16.156,18	0,5636423	9.106,31	0,5391718	8.710,96
			25.400,30		24.128,27

Elaborado por: Alba López

TIR = 32,12%

4.4.3 Punto de Equilibrio

Tabla N° 28 Punto de equilibrio

DETALLE	VALOR
Cantidad	3.040,00
Precio promedio de venta	20,00
Ingreso Total	60.800,00
Costo Variable	2.329,03
Costo fijo	16.415,20
Costo total	18.734,23
Costo variable unitario	3,25
Punto de equilibrio	1.119

Elaborado por: Alba López

Punto de equilibrio en Q= $\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{PV-CVU}}$

$$\text{Punto de equilibrio Q} = \frac{18.734,23}{20,00-3,75}$$

$$\text{Punto de equilibrio Q} = \frac{18.724,23}{16,75}$$

P.E (Q)= 1.119 mascotas.

CONCLUSIONES

El presente proyecto se fundamenta en las teorías relacionadas a los emprendimientos y la metodología del estudio de factibilidad que contempla 4 análisis que son: Estudio de Mercado, Estudio técnico, Estudio Administrativo y Estudio y Evaluación financiera.

Según el estudio de mercado se ha podido determinar que el proyecto es viable ya que existe una demanda insatisfecha de 15.725 y con el proyecto esperamos cubrir el 1.61% de la demanda.

El estudio técnico administrativo ha permitido establecer que el proyecto se ubicará en el sector del Batán, mientras se espera algún pedido ya que el servicio es ambulatorio, se prevé contar con una implementación técnica de las herramientas, además según el estudio administrativo se plantea crear un emprendimiento de carácter familiar en el que se estima trabajarán 3 personas.

Estudio y evaluación financiera permite determinar que el proyecto es rentable, ya que con una inversión de 23.541,62 se espera tener una utilidad de 14.752,54 al año, de la misma manera el VAN positivo de 25.402,90 y la TIR de 32% confirman rentabilidad.

RECOMENDACIÓN

Se recomienda dar inicio al proyecto tal como está planteado, se prevé rentabilidad.

El éxito en todo proyecto es la calidad del servicio por esto se debe manejar un servicio de calidad y calidez.

El marketing es fundamental para el crecimiento de negocio por esto debemos crear campañas.

En el futuro se debe ampliar el negocio ofertando más servicios.

Verificar que los ingresos sean más altos que los gastos a través del punto de equilibrio.

BIBLIOGRAFIA

- Baca Urbna, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Bomberos Quito. (1 de 1 de 2019). *bomberosquito.gob.ec*. Obtenido de bomberosquito.gob.ec: <https://www.bomberosquito.gob.ec/permiso-ocupacion/>
- Breaugh, J. (1999). *Further investigation of the work autonomy scales: Two studies*,. Missouri.
- Cantos Bravos, F. (2016). *Estrategia de emprendimiento comunitario para fomentar el desarrollo socioeconómico del barrio "José Tipan Niza" del cantón Santa Elena, periodo 2015*. La Libertad: Universidad Estatal "Península de Santa Elena".
- Chavarín Rodríguez, S., Gómez Ortega, K., & Navarro Medina, G. (2013). Estudio de mercado de productos lácteos en el municipio de santiago ixcuintla, nayarit. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 16.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador Asamblea Nacional*. Quito: Registro oficial.
- Eliott Eduardo Jaime Carriel, M. (2017). *El emprendimiento en Ecuador. Visión y perspectiva*. Guayaquil: Universidad Ecotec.
- Gestiopolis. (1 de 1 de 2019). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- Godoy. (1 de 10 de 2013). *Guioteca*. Obtenido de <https://www.guioteca.com/mascotas/%C2%BFpor-que-es-tan-importante-la-peluqueria-canina/>
- Googlemaps. (1 de 1 de 2019). *Googlemaps*. Obtenido de Googlemaps: https://www.google.com/search?biw=1280&bih=579&tbm=isch&sa=1&ei=OfccXYelCIaL5wLMtb_gCg&q=oficina+PEQUE%C3%91A+CON+GARAGE+PLANOS&oq=oficina+PEQUE%C3%91A-img
- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurick. (2008). *"Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers"*. London: Small Business Economic.
- Holguín, G. K., Benites Cañizares, R., & y Herrera, Y. (2018). Proceso de Elaboración de una Guía Didáctica para Facilitadores en Emprendimientos. *Revista Científica Hallazgos*, 18.

- Johnson, S., & Loveman, G. (1995). Entrepreneurship and economic renewal. *Starting over in Eastern Europe ELSEVIER*, 108.
- Lafuente, A., & Salas, V. (1989). Types of entrepreneurs and firms. *Strategic Management Journal*, 30.
- Ley Organica De Economia Popular Y Solidaria Asamblea Nacional. (2014). *Ley Organica De Economia Popular Y Solidaria*. Quito: Registro Oficial.
- Lordguau. (1 de 1 de 2019). <https://www.lordguau.com/peluqueria/>. Obtenido de <https://www.lordguau.com/peluqueria/>: <https://www.lordguau.com/peluqueria/>
- Miranda, J. J. (2003.). *Gestión de Proyectos, Evaluación Financiera Económica Social Ambiental*;. Colombia – Bogot: quinta edición; MM editores; á pág.88 – 90.
- MSc Econ. Hidalgo Proaño, L. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación. *Rev. Alternativas*, 5.
- Mtra. Maria Elvira López Parra, M. J. (2014). *Estudio administrativo.... un apoyo en la estructura organizacional*. Sonora : Instituto Tecnológico de Sonora .
- Nava Rosillón, M. A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24.
- Núñez Jiménez, E. (1997). *Contenido y alcance del estudio de factibilidad*. Mexico: Instituto Nacional de Administración Pública, A.C.
- Núñez Ladeveze, L., & Núñez Canal, M. (2016). Noción de emprendimiento para una formación escolar en competencia emprendedora. *Revista Latina de Comunicación Social*, 21.
- Oover-blog. (19 de 07 de 2011). *over-blog*. Obtenido de over-blog: https://es.over-blog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interes_antes-1228321767-art257005.html
- Palau, N. V. (2019). *La actividad emprendedora de los graduados IQS*. SARRIÀ: Universitat Ramon Llul.
- Prieto, J. (2013). *Investigación*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Rodríguez, Á. (2007). El mercado de capitales como alternativa de inversión. *Visión Gerencial*, 13.
- Sánchez, J., Ward, A., & Hernández, B. &. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte . *Propósitos y Representaciones Artículode revisión*, 37.

ANEXOS

ENCUESTA

Soy estudiante del ISTHCPP, estoy realizando una encuesta para mi trabajo de titulación sobre la creación de una peluquería canina móvil a domicilio en el sector del Batán del Distrito Metropolitano de Quito.

Solicito su participación, contestando cada pregunta con la finalidad de obtener resultados verídicos. La información es de carácter confidencial y reservado.

Indicaciones: Se ha desarrollado 8 preguntas en las que deberá colocar una (X) a la respuesta que más se acerque a su realidad.

Agradezco su valiosa colaboración.

1. ¿QUIEN LE BAÑA A SU MASCOTA?

- Centro Especializado
- Usted
- Otro

2. ¿CON QUE FRECUENCIA BAÑA A SU MASCOTA?

- Mensual
- Trimestral
- Semestral

3. ¿LE REALIZA CORTE DE PELO O SOLO BAÑO A SU MASCOTA?

- Corte de pelo
- Baño
- Ambas

4. ¿CONOCE USTED ALGUNA PELUQUERÍA CANINA CERCA DE SU DOMICILIO?

- Si
- No
- Desconoce

5. ¿ESTARÍA INTERESADO EN UTILIZAR EL SERVICIO DE PELUQUERÍA CANINA MOVIL A DOMICILIO?

- Si
- No

6. ¿LE GUSTARIA RECIBIR EL SERVICIO DE PELUQUERÍA CANINA MOVIL A DOMICILIO GRATIS POR EL CUMPLEAÑOS DE SU MASCOTA?

Si

No

Mejor el cumpleaños del dueño

7. ¿CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO DE PELUQUERÍA CANINA MOVIL A DOMICILIO?

10-15

20-25

30-35

Más de 35

8. ¿PORQUE MEDIO QUISIERA CONOCER NUESTRO SERVICIO?

Redes sociales (Facebook, Instagram, Whatsapp)

Radio, Televisión, Periodicos

Afiches en tiendas y casa comunal



**PELUQUERÍA CANINA
PELUDOS LIMPIOS**

- 🐾 CORTE DE PELO
- 🐾 BAÑO
- 🐾 CORTE DE UÑAS
- 🐾 LIMPIEZA DE OÍDOS
- 🐾 TRATAMIENTO DE GLÁNDULAS REALES

