



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN CEMENTERIO –
MAUSOLEO PARA MASCOTAS UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO, EN LA PARROQUIA COTOCOLLAO**

/2015

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera.**

Autor: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Tutor: Ing. Mayra Quilumbaquin

Quito, Octubre 2015

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Jaime Giovanni Cuestas Flores
1724576325

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Jaime Giovanni Cuestas Flores**, portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1724576325**.de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“TEGNOLOGO EN ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA.”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

Jaime Giovanni Cuestas Flores

1724576325

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Cuestas Flores Jaime Giovanni, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado *"Contribuir al desarrollo social mediante un Estudio de factibilidad para la implementación de un cementerio-mausoleo para mascotas ubicado al norte del Distrito Metropolitano de Quito, en la Parroquia Cotocollao / 2015"*, b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 19 días del mes de octubre del dos mil quince.

f) _____

Jaime Giovanni Cuestas Flores

C.C. N° 1724576325

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico

Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme seguir con su propósito de vida, llenare de sabiduría y paciencia para lograr una metas más en este camino de preparación profesional.

A mis hermanos por el apoyo dado, sin importar adversidades que se interpusieron en el camino.

A mis amados padres, por ser el eje de motivación, para poder lograr cumplir con la presente carrera.

Gracias a muchos profesionales que me supieron impartir su conocimiento, la cual fue muy bien impartida a la hora de realizar mi tesis.

Y en general a todos quienes en su momento aportaron algo de si para que mi vida profesional crezca.

DEDICATORIA

A mis Padres por su inmenso amor y paciencia.

A mi Familia por ser ejes de motivación.

A mi Hijo por cambiarme la vida.

A mis Hermanos por su gran ejemplo.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR.....	ii
DECLARATORIA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL ..	v
AGRADECIMIENTO	ix
DEDICATORIA	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xix
RESUMEN EJECUTIVO	xxi
ABSTRACT.....	xxii
Capítulo I: Antecedentes.....	1
1.01. Introducción.....	1
1.02. Justificación del Problema	5
Capítulo II: Análisis.....	7
2.01. Análisis Situacional.....	7
2.02. Análisis Externo.....	7
2.02.01. Factor Económico.....	7
2.02.02. Factor socio-cultural	16

2.02.03. <i>Factor Legal</i>	19
2.02.04. <i>Factor Tecnológico</i>	21
2.03. <i>Entorno Local</i>	21
2.03.01. <i>Clientes</i>	21
2.03.02. <i>Proveedores</i>	22
2.03.03. <i>Competencia</i>	23
2.04. <i>Análisis Interno</i>	25
2.04.01. <i>Propuesta Estratégica</i>	25
2.04.01.06 <i>Reglas y Políticas</i>	29
2.04.01.07 <i>Estrategias</i>	30
2.04.02 <i>Gestión Administrativa</i>	30
2.04.03 <i>Gestión Administrativa</i>	33
2.04.04 <i>Gestión Operativa</i>	35
2.04.05 <i>Gestión Comercial</i>	36
2.04.06 <i>Producto</i>	37
2.04.07 <i>Precio</i>	37
2.04.08 <i>Promoción</i>	37
2.05 <i>Matriz FODA</i>	40
Capitulo III: <i>Estudio de Mercado</i>	43
3.01. <i>Análisis del Consumidor</i>	43
3.02. <i>Determinación de la población y muestra</i>	43

3.02.01. Población.....	43
3.02.02. Muestra.....	44
3.02.03. Técnicas para obtener información.....	44
3.03. Oferta.....	62
3.03.01. Oferta Histórica	62
3.03.02. Oferta Actual	62
3.03.03. Oferta Proyectada	63
3.04. Demanda	63
3.04.01. Demanda histórica	63
3.04.02. Demanda Actual	64
3.04.03. Demanda Proyectada	64
3.05. Balance Oferta-Demanda	65
Capitulo 4: Estudio Técnico.....	67
4.01. Tamaño del Proyecto.....	67
4.01.01.1. Capacidad Instalada.....	68
4.01.02. Capacidad Óptima	70
4.02. Localización	70
4.02.01. Macro Localización.....	70
4.02.02. Micro-Localización.....	71
4.02.03. Localización Óptima.....	72
4.03. Ingeniería del Proyecto	72

4.03.01. Definición de Bienes y Servicios.....	72
4.04. Distribución de planta	72
4.05. Proceso Productivo.....	74
4.06. Cuadro de Activos.....	76
Capítulo V: Estudio Financiero.....	78
5.01. Ingresos	78
5.02. Costos.....	79
5.02.01. Costo de Ventas	79
5.02.02. Gastos Administrativos.....	81
5.02.03. Costos Financieros.....	84
5.03. Inversiones	84
5.03.01. Inversión Fija.....	84
5.03.02. Capital de Trabajo.....	86
5.03.03. Fuentes de Financiamiento y Usos de Fondos.....	87
5.03.04. Amortización De Financiamiento (Tabla De Amortización)	88
5.03.05. Tabla de Depreciaciones.....	89
5.03.06. Estado De Situación Inicial	90
5.03.07. Estado De Resultados Proyectados (cinco años).....	90
5.03.08. Flujo de Caja.....	93
5.04. Evaluación.....	95
5.04.01. Tasa De Descuento	95

5.04.02. VAN (Valor Actual Neto)	96
5.04.03. Tasa Interna De Retorno (TIR).....	96
5.04.04. PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)	97
5.04.05. Relación Costo Beneficio (RBC).....	98
5.04.06. Punto De Equilibrio	99
5.04.07. Análisis De Índices Financieros	101
Capítulo VI: Análisis de Impacto.....	106
6.01. Impacto Ambiental.....	106
6.02. Impacto Social.....	107
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones.....	108
7.01. Conclusiones	108
7.02. Recomendaciones.....	110
BIBLIOGRAFÍA	111
ANEXOS.	114
Anexo N. 1	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 1.	<i>Inflación</i>	8
Tabla N. 2.	<i>Tasa de Interés Activa Anual</i>	10
Tabla N. 3.	<i>Tasa de Interés Pasiva Anual</i>	11
Tabla N. 4.	<i>Producto Interno Bruto (PIB) a diciembre</i>	12
Tabla N. 5.	<i>Riesgo País</i>	14
Tabla N. 6.	<i>Balanza Comercial</i>	15
Tabla N. 7.	<i>Tipos de Clientes</i>	21
Tabla N. 8.	<i>Proveedores</i>	22
Tabla N. 9.	<i>Competidores Indirectos</i>	24
Tabla N. 10.	<i>Matriz BCG</i>	25
Tabla N. 11.	<i>Matriz FODA, Ambiente Externo</i>	41
Tabla N. 12.	<i>Matriz FODA, Ambiente Interno</i>	42
Tabla N. 13.	<i>Género</i>	48
Tabla N. 14.	<i>Rango de Edad</i>	49
Tabla N. 15.	<i>Actualmente trabaja</i>	50
Tabla N. 16.	<i>Posee Mascota</i>	51
Tabla N. 17.	<i>Tipo de mascota</i>	52
Tabla N. 18.	<i>Tamaño de la mascota</i>	53
Tabla N. 19.	<i>Frecuencia de Visita al Veterinario</i>	54
Tabla N. 20.	<i>Que hace con los restos de su mascota</i>	55
Tabla N. 21.	<i>Existencia de un camposanto de mascotas</i>	56
Tabla N. 22.	<i>Adquiriría nuestro servicio</i>	57
Tabla N. 23.	<i>Cuanto pagaría por el servicio</i>	58

Tabla N. 24.	<i>Le gustaría Planes de Pago</i>	59
Tabla N. 25.	<i>Conoce otra empresa con similar servicio</i>	60
Tabla N. 26.	<i>Parroquia de prestación del servicio</i>	61
Tabla N. 27.	<i>Oferta Actual</i>	62
Tabla N. 28.	<i>Oferta proyectada</i>	63
Tabla N. 29.	<i>Cálculo de la Demanda Actual</i>	64
Tabla N. 30.	<i>Demanda Proyectada.</i>	65
Tabla N. 31.	<i>Balance Oferta Demanda</i>	66
Tabla N. 32.	<i>Capacidad Instalada</i>	68
Tabla N. 33.	<i>Servicio Funerario</i>	69
Tabla N. 34.	<i>Servicio Crematorio</i>	69
Tabla N. 35.	<i>Macro-Localización</i>	70
Tabla N. 36.	<i>Procedimiento Servicio Funerario</i>	74
Tabla N. 37.	<i>Procedimiento del Servicio Crematorio.</i>	75
Tabla N. 38.	<i>Cuadro de Activos</i>	76
Tabla N. 39.	<i>Ingresos</i>	78
Tabla N. 40.	<i>Ingresos Proyectados</i>	79
Tabla N. 41.	<i>Costo de Ventas</i>	80
Tabla N. 42.	<i>Costo Total</i>	81
Tabla N. 43.	<i>Gastos Administrativos</i>	82
Tabla N. 44.	<i>Material Aseo y Limpieza.</i>	82
Tabla N. 45.	<i>Suministros de Oficina</i>	82
Tabla N. 46.	<i>Proyección de Gastos Administrativos</i>	83
Tabla N. 47.	<i>Gastos de Ventas</i>	83
Tabla N. 48.	<i>Proyección Gastos de Ventas.</i>	83

Tabla N. 49.	<i>Inversión de Activos Fijos</i>	85
Tabla N. 50.	<i>Activos Nominales Diferidos.</i>	85
Tabla N. 51.	<i>Capital de Trabajo</i>	86
Tabla N. 52.	<i>Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.</i>	87
Tabla N. 53.	<i>Tabla de Amortización</i>	88
Tabla N. 54.	<i>Amortizaciones Diferidas.</i>	89
Tabla N. 55.	<i>Depreciaciones</i>	89
Tabla N. 56.	<i>Estado de Situación Financiera</i>	90
Tabla N. 57.	<i>Estado de Resultados Proyectados</i>	92
Tabla N. 58.	<i>Flujo de Caja Proyectado.</i>	94
Tabla N. 59.	<i>Tasa de Descuento (TMAR)</i>	95
Tabla N. 60.	<i>Valor Actual Neto</i>	96
Tabla N. 61.	<i>Tasa Interna de Retorno</i>	97
Tabla N. 62.	<i>Período de recuperación de la Inversión (PRI)</i>	98
Tabla N. 63.	<i>Costo Total</i>	98
Tabla N. 64.	<i>Punto de Equilibrio.</i>	99
Tabla N. 65.	<i>Cuadro Explicativo</i>	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N. 1. Inflación	9
Figura N. 2. Tasa de Interés Activa Anual	10
Figura N. 3. Tasa de Interés Pasiva Anual	11
Figura N. 4. Producto Interno Bruto	13
Figura N. 5. Riesgo País	14
Figura N. 6. Balanza Comercial	15
Figura N. 7. Población Económicamente Activa	17
Figura N. 8. Pobreza	18
Figura N. 9. Elementos de Gestión Administrativa	30
Figura N. 10. Organigrama Estructural	32
Figura N. 11. Organigrama Funcional	33
Figura N. 12. Logotipo	36
Figura N. 13. Hojas Volantes	38
Figura N. 14. Vallas Publicitarias	38
Figura N. 15. Publicidad Móvil	39
Figura N. 16. Cartas de Presentación	40
Figura N. 17. Género	48
Figura N. 18. Rango de edad	49
Figura N. 19. Actualmente trabaja	50
Figura N. 20. Posee Mascota	51
Figura N. 21. Tipo de mascota	52
Figura N. 22. Tamaño de la mascota	53
Figura N. 23. Frecuencia de Visita al Veterinario	54

Figura N. 24. Qué hace con los restos de su mascota.	55
Figura N. 25. Existencia de un camposanto de mascotas	56
Figura N. 26. Adquiriría nuestro servicio	57
Figura N. 27. Le gustaría Planes de Pago	59
Figura N. 28. Conoce otra empresa con similar servicio	60
Figura N. 29. Parroquia de prestación del servicio.	61
Figura N. 30. Macro - Localización	71
Figura N. 31. Micro-Localización	71
Figura N. 32. Distribución de Planta	73
Figura N. 33. Punto de Equilibrio	100

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se crea bajo el pensamiento de solventar de ayuda tanto al medio ambiente como la sociedad dueña de alguna mascotas, la cual al momento de fallecer no saben qué hacer con sus restos, aquí este proyecto se interesa en ser la solución de aquella necesidad; Por medio de la creación de un cementerio mausoleo para mascotas, "Pet Memorial Cementery", el cual sería un lugar de reposo digno para quienes fueron mientras tenían vida seres que llenaron nuestro corazón de alegría.

El principal servicio es el de Funeraria de las mascotas en nuestras instalaciones creadas exclusivamente para solventar dichos servicio ,así como el servicio de cremación, el cual contara con maquinaria adecuada para tratar a la mascota hasta la consecución de sus cenizas y por medio de este aliviar un poco de dolor por la pérdida de su mascota

El proyecto será un ente des contaminador ya que no permitirá que sigan animales en estados de insalubridad en las vías, o lugares públicos.

ABSTRACT

This project was created under the thought of solving help both the environment and the company that owns a pet, which at the time of death do not know what to do with his remains, here is interested in this project be the solution to that need; Through the establishment of a pet cemetery mausoleum, "Pet Memorial Cemetery," which would be a place of rest for those who were worthy they had while living beings that filled our hearts with joy.

The main service is to Funeral of pets in our facilities created exclusively to solve these service and cremation service, which will have adequate equipment to treat the pet to achieve its ashes and through this ease some pain for the loss of your pet

The project will be an entity des polluter because it will not allow keep animals in unsanitary conditions on roads or public places.

Capítulo I: Antecedentes

1.01. Introducción.

El ser humano desde sus inicios ha llevado una relación de entendimientos con las mascotas, las cuales han acompañado al hombre en los buenos y malos momentos de su vida, siendo y demostrando su fiel cariño hacia los amos; convirtiéndose en una representación de alegría con la que contamos las personas al llegar a nuestros hogares.

El sector norte de Quito, se caracteriza por contar con una de las economías más significativas, una concentración del estatus medio-alto, alto, cuyo sector es atractivo para el desarrollo de este proyecto.

La interacción con las mascotas ha permitido al hombre, beneficios como medicina preventiva, promoviendo la salud de las personas y prolongando su vida, se ha comprobado mediante estudios científicos, que cuando acariciamos una mascota la tensión arterial se reduce, y producen efectos relajantes, además que nos ayudan con nuestros hijos en lo siguiente:

En los niños los ayuda aprender a ser responsables, al valor que significa tener, cuidar una mascota, generando en ellos amor a la vida, la amistad y demás valores que despiertan estas mascotas en los seres humanos. Estos animalitos también generan que un niño se sienta querido y aceptado, así disminuye la soledad que

muchas veces en los hogares existe por lo que los padres pasan solo en sus trabajos, obligándolos así a refugiarse en un fiel amigo.

Visto el Informe No. IC-O-2011-136, de 5 de abril de 2011, expedido por la Comisión de Suelo y Ordenamiento Territorial ,dentro del proyecto de Ordenanza del Manejo responsable de la Fauna Urbana; encontramos que desde el 15 de Octubre de 1978 la Organización de las Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), declaró la obligación de protección a los animales que ha sido acogida y difundida por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que la especie humana debe respetar la coexistencia de las especies en el mundo garantizado el bienestar de los animales.

Tomando en cuenta que en la Constitución de la República del Ecuador en los artículos 14 y 66 numeral 27 reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Los animales tienen su derecho, deben recibir un trato digno y correcto que, en ningún caso, suponga malas condiciones higiénico-sanitarias contrarias a su especie y grado de desarrollo, cada vez la sociedad toma conciencia del respeto que merecen los seres vivos.

La Ordenanza que Regula el Manejo Responsable de la Fauna Urbana en el Cantón Quito, tiene requisitos para la tenencia de mascotas y dice:

Los propietarios/as o representantes legales de los establecimientos de comercialización, venta, hosterías de mascotas, centros de entrenamiento con local o ambulatorios, criaderos de mascotas para producción comercial o particular, centros de doma, peluquerías de mascotas, consultorios, clínicas, dispensarios y centros fijos o móviles de atención médica para animales, acuarios, centros de rescate, reproducción o reintroducción de fauna silvestre propia de la zona, colecciones

privadas, empresas de seguridad con canes y cualquier centro público o privado que maneje animales de cualquier especie, de forma temporal o permanente y otros quedan obligados a obtener:

- Permiso de uso de suelo.
- Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.
- Patente Municipal.

Dentro de las prohibiciones en ningún caso el propietario/a de la mascota o quien lo tenga bajo su responsabilidad, podrá:

- Abandonarlos en la vía pública u otros espacios.
- Maltratar, agredir física o psicológicamente, someterlo a cualquier otra acción que lo ocasione sufrimiento o daño.
- Practicarle mutilaciones, excepto las controladas por médicos veterinarios calificados para salvar la vida de la mascota.
- Provocar la muerte de las mascotas por ahogamiento u otro método de sofocación, uso de cualquier sustancia o droga venenosa que no es permitido, la electrocución, uso de armas de fuego o corto punzantes, atropellamiento voluntario, usar como blanco de tiros, cacería y otras de las que produzca dolor o agonía en el animal.

Dentro de las obligaciones el propietario/a de la mascota o quien lo tenga bajo su responsabilidad, está obligado a:

- Brindar las condiciones adecuadas físicas e higiénico- sanitarias en su mantenimiento y transporte, así como la educación adecuada dentro de un marco de respeto, tranquilidad y seguridad de personas y bienes. En el

Capítulo 4 de la Ordenanza del manejo responsable de la Fauna Urbana dice sobre la MUERTE, DESTINO Y DISPOSICION DE CADÁVERES.

Art. 11.- Los cadáveres de perros y otros animales domésticos deberán ser debidamente acondicionados, cremados o enterrados por sus propietarios/as, tenedores o personal de los centros de asistencia veterinaria en los casos de eutanasia o muerte durante la atención médica, de acuerdo a las normas del programa municipal de recolección de desechos. (Comisión de Suelo y Ordenamiento Territorial. Informe No. IC-O-2011-136, de 5 de abril de 2011)

Mediante este estudio de factibilidad basado en la utilización de los niveles de administración, permitirá encaminar el giro y la rentabilidad del negocio de tal forma que proporcionara una sostenibilidad y sustentabilidad del proyecto acompañado de un desarrollo ambiental.

Actualmente se está viviendo un crecimiento acelerado de las empresas ecuatorianas, por la globalización, lo cual exige que se cambie la manera de hacer negocios, esto se lograra siendo emprendedores; pero este cambio tiene que ir de la mano del talento humano, el mismo que se enfrentara a los retos de un mundo competitivo actual.

En este sentido la sociedad obtendría resolver una necesidad tan elemental como la es la de las mascotas fallecidas, así mismo se sembraría una conciencia en los habitantes hacia el trato de los animales, impulsando una nueva cultura humanitaria de respeto y protección

1.02. Justificación del Problema

Preocupados en el dolor que puede representar perder a nuestra mascota, tratamos de dar una solución humanitaria y segura a los restos de nuestra mascota, generando así a sus dueños un poco de tranquilidad frente a tal lamentable suceso, perder a su mascota.

El sector norte de Quito exclusivamente cuenta con estos servicios, veterinarias las cuales, cuentan con maquinaria para realizar la cremación de los animales q han dejado de existir, pero generalmente no todos podemos acceder a este servicio por su costo, lo que obliga muchas veces a sus personas a realizar cremaciones múltiples, lo cual no permite recurrar la ceniza original de su mascota.

El presente proyecto genera una solución humanitaria y segura, pues no solo nos preocupamos de la mascota fallecida sino también del apoyo necesario hacia el familiar afectado. El servicio constara en ofrecerles traslado de la mascota fallecida, ceremonia, sepultura segura y sanitaria, a fin a quien formo parte de su familia.

Esta alternativa no solo la planteamos con fines lucrativos, además está de por medio la parte ambiental, la cuan hoy en día ya se ha convertido en una problemática de salubridad donde estamos involucrados, púes dejamos nuestras mascotas votas en la calle o terrenos, sin pensar que genera bacterias o mismas enfermedades que nosotros mismos podemos contraerlas.

Quito, una de las ciudades más importantes del Ecuador, conocido como un motor más en el cambio de la matriz productiva del país. Considerando esto la siguiente investigación se dirige al sector de las mascotas. Siendo claro el sector ya que no arroja datos concretos para evaluar esta unidad de negocio vista en una economía media-alta y alta por la demanda u oferta de las mascotas. Cabe indicar que un animalito está costando entre 400 a 800 dólares, claro eso si dependiendo de la raza

de animal, a ello se le suma su mantenimiento el cual generaría gastos visibles a los 25 a 50 dólares mensuales, entre alimentación y los cuidados necesarios, como servicios veterinarios y accesorios. Aquí solo una pequeña perspectiva de lo que estas mascotas pueden provocar mediante su ternura, para que sus dueños justifiquen el gasto que genera mantenerlos. Conocemos que una mascota tiene una vida corta de entre 7 a 10 años (perro o gato); pero el valor emocional de los dueños es incalculable puesto que por ellos pueden llegar a gastar un promedio de 1000 dólares anuales.

Lamentablemente Quito no cuenta con un servicio de este índole un cementerio-mausoleo, para mascotas, he aquí la problemática que se genera al instante que una de estas mascotas muere, *¿qué hacer con al animalito fallecido?* .La mayoría de los dueños son insensatos puesto que abandonan el cadáver siendo la opción más fácil, el basurero y/o un parque. Siendo esta la idea lógica y necesaria para contribuir con la sociedad y la salubridad; aquí es donde "PET MEMORIAL CEMENTERY", toma la responsabilidad de estas personas, proporcionando un servicio exequial o crematorio dependiendo el requerimiento del cliente, el cual les permitirá proporcionarles un descanso digno a sus fieles mascotas.

Capítulo II: Análisis

2.01. Análisis Situacional.

Es analizar cuidadosamente, el medio en el cual la empresa se desenvuelve, tomando en consideración factores externos e internos, mismos que influyen en el entorno de la organización proyectada.

2.02. Análisis Externo

Es todo lo que las organizaciones no pueden controlar, solamente están inmersas a acoplarsele, a fin de solucionar sus problemas mas no competir ante este factor incontrolable. Kotler & Armstrong, (2008). Concluyeron que: “La empresa y todos los demás agentes operan en un macro entorno mayor de fuerzas que conforman las oportunidades y plantean amenazas a la empresa”. (P, 82).

Montaña, (1990) Aporto que: “El ambiente externo engloba factores externos a la empresa y su mercado, en general se diferencian aspectos económicos, políticos, sociales, legales, tecnológicos”. (P, 161).

2.02.01. Factor Económico.

2.02.01.01. Inflación

“La inflación es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores producidos dentro de una economía en un periodo determinado”. (Faria, 2010, pág. 21)

Podríamos definirla como un incremento sostenido y continuo de los precios de una economía, en otras palabras el descenso en el valor de la moneda.

Tabla N. 1.

Inflación

INFLACION	MENSUAL	ANUAL
FECHA	VALOR	VALOR
Julio-31-2015	-0.08%	4.36%
Junio-30-2015	0.41%	4.87%
Mayo-31-2015	0.18%	4.55%
Abril-30-2015	0.84	4.32%
Marzo-31-2015	0.41%	3.76%
Febrero-28-2015	0.61%	4.05%
Enero-31-2015	0.59%	3.53%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

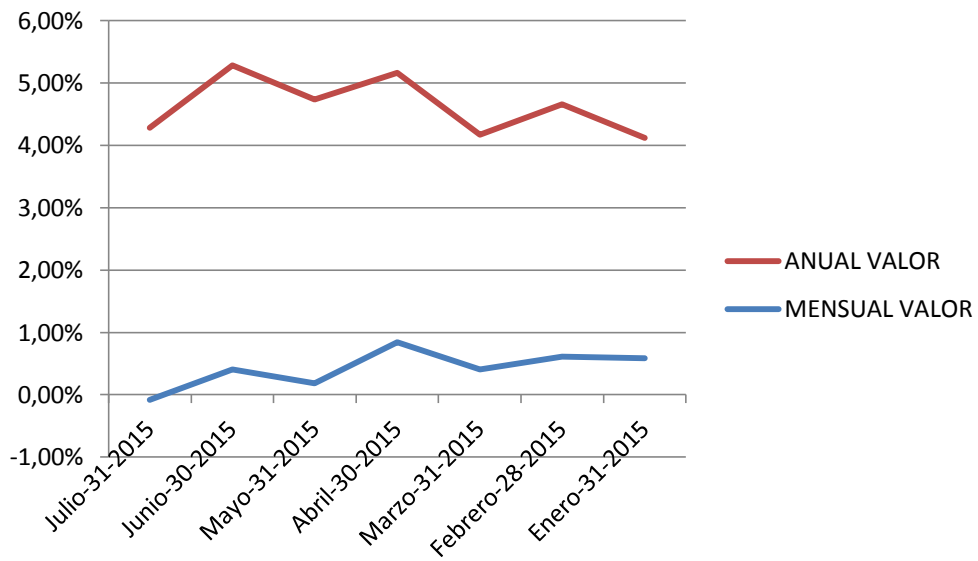


Figura N. 1. Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis

Mediante la visualización de los datos obtenidos, la relación se hace desde el año anterior (2014) ya que la inflación ha sufrido un incremento significativo, lo que para "Pet Memorial Cementery", significa una AMENAZA de impacto medio, afectando directamente a los costos, tales como materia prima, mano de obra, energía entre otros.

2.02.01.02. Tasa de Interés

Existen dos tipos de tasas de interés:

- Tasa de interés activa
- Tasa de interés pasiva

2.02.01.02.01. Tasa de Interés Activa.

Es un porcentaje emitido por las Instituciones Bancarias, por préstamos, tasa porcentual que se encuentra regulada por el banco central.

Tabla N. 2.

Tasa de Interés Activa Anual

AÑO	(%)
JULIO – 2013	8.17%
JULIO – 2014	8.21%
JULIO – 2015	8.54%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

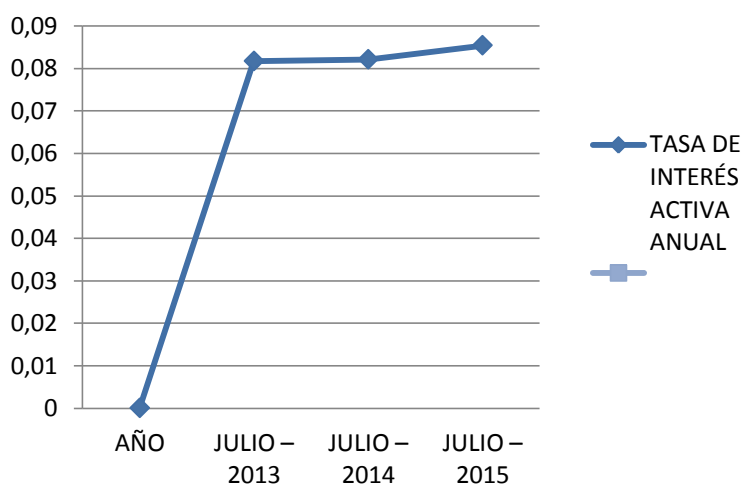


Figura N. 2. Tasa de Interés Activa Anual

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Como podemos observar en el presente gráfico, la tasa activa vista desde el año 2013, hasta la actualidad, ha crecido a tal punto que representa una AMENAZA de impacto medio, para poder financiar proyectos, generándoles un gasto muy alto por el pago de intereses en la emisión de un préstamo, lo contrario sería para las entidades bancarias pues les significa una Oportunidad al cobrar un 8.54%.

2.02.01.02.02. Tasa de Interés Pasiva.

Es un porcentaje, el cual pagan las Instituciones Financieras como contraprestación del dinero de los depositantes.

Tabla N. 3.

Tasa de Interés Pasiva Anual

AÑO	(%)
JULIO – 2013	4.53%
JULIO – 2014	4.98%
JULIO – 2015	5.54%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

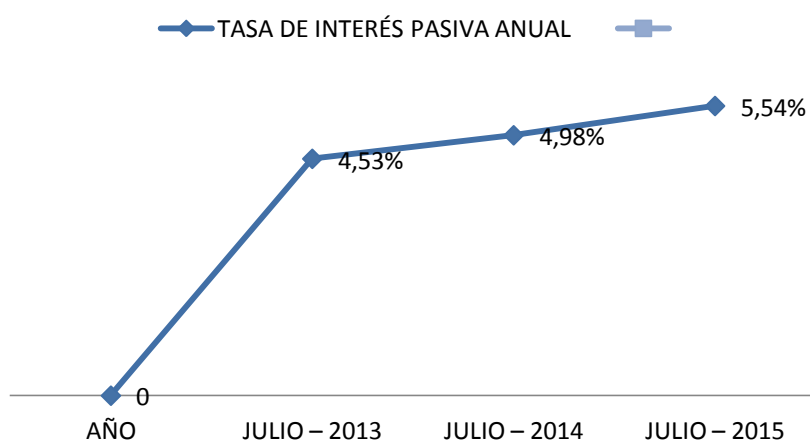


Figura N. 3. Tasa de Interés Pasiva Anual

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Decimos que la tasa pasiva es el porcentaje que los bancos nos cancelan por nuestros ahorros, entonces de acuerdo con el cuadro es una AMENAZA de impacto medio, ya que tan solo es del 5.54%, comparado con el porcentaje que pagamos por la tasa activa 8.54%, es una desigualdad total. Es recomendable invertir, en bolsa, o en actividades lícitas las cuales nos generen mayor rentabilidad a nuestro dinero antes que tenerlo en el banco.

2.02.01.03. El Producto Interno Bruto (PIB).

El PIB representa la producción dentro de la economía independiente de la nacionalidad de los propietarios de los factores. Es decir contempla la producción de los factores K y L existentes en la economía sin distinguir si estos factores son de propiedad nacional o extranjera. (Gregorio, 2012, pág. 35)

El PIB es la producción de bienes y servicios que se producen en un país en un determinado periodo, por lo general un año. (Guevara, 2015)

Tabla N. 4.

Producto Interno Bruto (PIB) a diciembre

PIB en Porcentajes

2009	0.60%
2010	3.50%
2011	7.80%
2012	5.10%
2013	3.50%
2014-Diciembre	4.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

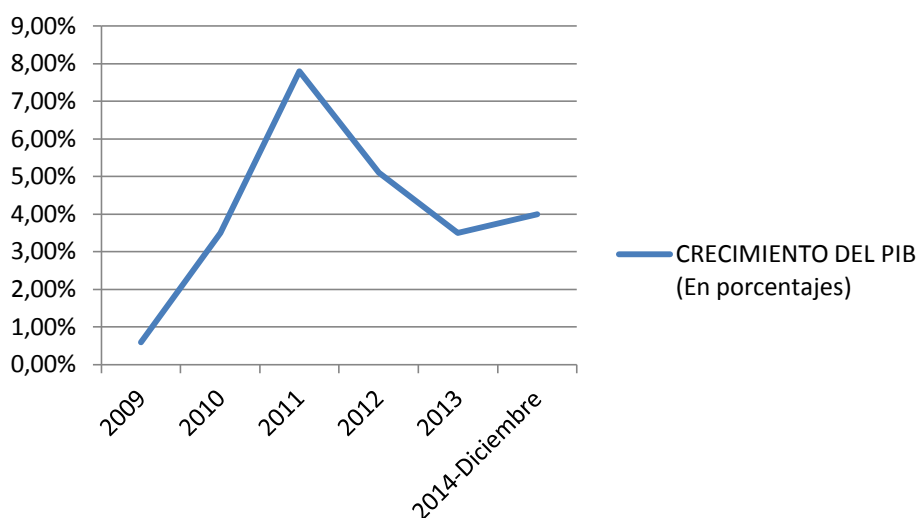


Figura N. 4. Producto Interno Bruto.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

En la tabla se puede observar que el PIB, cuenta con un crecimiento constante a través del tiempo, lo que se traduce en una OPORTUNIDAD de impacto alto, empresarial para los productores del país, y en especial para este proyecto que ofrece mucha oportunidad.

2.02.01.04. Riesgo País.

El riesgo país es un índice que intenta medir “El grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras, al momento de realizar sus elecciones de donde y como invertir, buscan maximizar sus ganancias, pero además tiene en cuenta como minimizar el riesgo” (Economía, 2010, pág. 120)

El riesgo país tiene una gran importancia dentro de las economías, reflejando claramente las condiciones macroeconómicas, a tal punto de llegar a influenciar en la toma de decisiones de los inversionistas extranjeros de invertir en un país.

Tabla N. 5.

Riesgo País

FECHA	VALOR
Septiembre-01-2015	1348
Agosto-31-2015	1344
Agosto-30-2015	1360
Agosto-04-2015	988
Agosto-03-2015	990

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

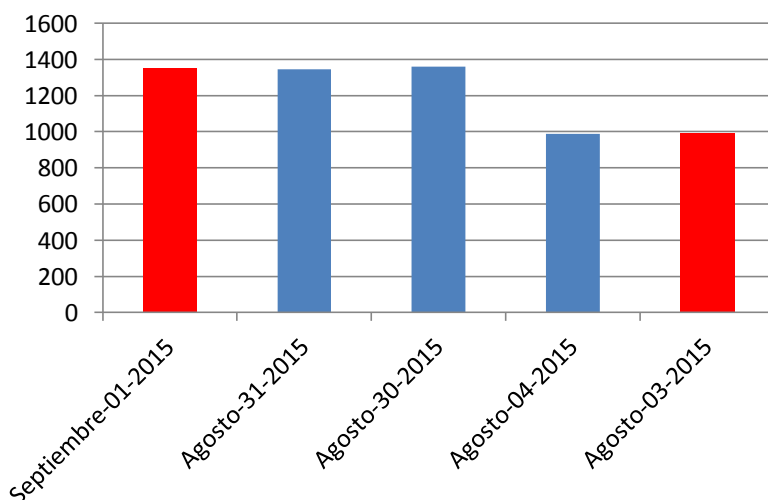


Figura N. 5. Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Desacuerdo con las estimaciones del cuadro vemos, claramente representa una AMENAZA de impacto alto para “Pet Memorial Cementery”, ya que el porcentaje al 01 de septiembre 2015 es de 1348 puntos con relación 03 de Agosto 2015 donde se ubicaba en 990 puntos, lo cual genera en nuestro país mucha desconfianza, por ende los inversionistas no se verán tan interesados en invertir en nuestra empresa

2.02.01.05. La Balanza Comercial.

Son todas las importaciones y exportaciones de un país en un tiempo determinado. El saldo de la misma lo estimamos de igual forma exportaciones menos importaciones. Esta será positiva al momento que las importaciones sean menores a las importaciones y viceversa.

Decimos que es una cuenta contable del estado, donde se registran todas las transacciones que se realizan con otros países. (Guevara, 2015)

Tabla N. 6.

Balanza Comercial

Ene - May 2015	USD
Exportaciones totales	8,190,335
Petroleras	3,136,218
No petroleras	5,054,116
Importaciones totales	9,288,896
Bienes de consumo	1,808,239
Materias primas	3,058,899
Bienes de capital	2,501,162
Combustibles y Lubricantes	1,852,980
Diversos	19,876
Ajustes	-

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

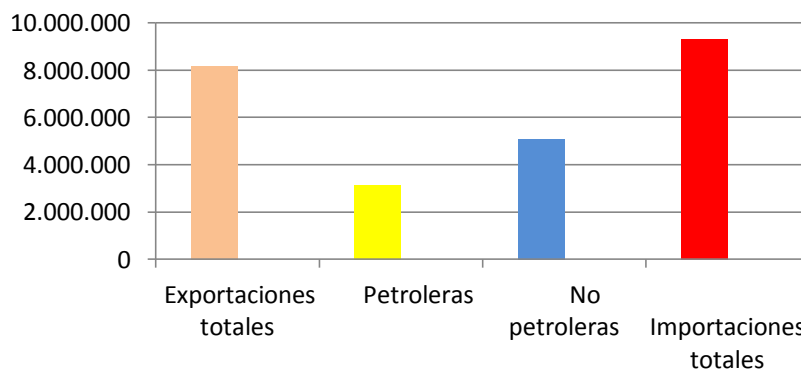


Figura N. 6. Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Como podemos observar en la tabla anterior las importaciones siguen siendo mayores a las exportaciones, lo cual influye mucho en mi proyecto, ya que crea una **AMENAZA** de impacto bajo con un ambiente de incertidumbre y desconfianza, para “Pet memorial Cementery” se desarrolle como empresa.

2.02.02. Factor socio-cultural

2.02.02.01. La sociedad.

La cultura ecuatoriana atraviesa un cambio de ideologías, generados por las declinaciones constantes de las creencias, valores y normas básicas que se han venido desarrollando con anterioridad por muchos años, a nivel empresarial no ha sido una amenaza, al contrario ha sido aprovechado ya que las nuevas creencias de la sociedad nos han llevado a la optimización, un cambio generador de más posibilidades de mejorar la calidad de vida de los trabajadores.

Es toda la población de la Parroquia de COTOCOLLAO, a la cual va dirigido el proyecto de factibilidad para la implementación de un cementerio mausoleo de mascotas, dirigido netamente a dos estatus; alto y medio alto, y por la cultura del sector lo consideramos como una **OPORTUNIDAD** de impacto alto para implementar la empresa.

2.02.02.02. La Cultura

Según declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, Paris, Unesco, 2011, señala que la diversidad culturas enriquece la vida de las sociedades y constituye uno de los motores importantes para promover el desarrollo social integral. Hoy en la actualidad vemos que la cultura va modernizándose, enfocándose a cambios pero que generen avances en la vida de las personas, las cuales ven al

cambio como una **OPORTUNIDAD** de impacto alto, es así que este proyecto de factibilidad, se ha enfocado en el sector de las mascotas, pues en este sentido la sociedad ha cambiado en los últimos tiempos la manera de ver a estos animalitos que dejaron de ser, los que cuidaban las casa o simplemente un ser vivo de poca importancia; hoy en la actualidad vivimos un cambio enfocado en la integración de las mascotas a la familia.

2.02.02.03. Población Económicamente Activa (PEA)

Llamamos así a todos los individuos desde 15 hasta 66 años de edad, donde el estado en su constitución establece parámetros, para el ingreso al mundo laboral, es un individuo que se encuentra laborando, o se encuentra en proceso de búsqueda del mismo.

No se considera como (PEA), personas que son remuneradas sin producir, tales como jubilados y pensionistas.



Figura N. 7. Población Económicamente Activa

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

Análisis.

Como vemos en la tabla el empleo adecuado para mujeres presenta cierta disminución con relación de los hombres, que ha disminuido pero en un porcentaje no muy significativo, representando una AMENAZA de impacto bajo hacia la sociedad.

2.02.02.04. La Pobreza

Según datos del último censo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2015, El estudio registra que la pobreza a nivel nacional en marzo de 2015 se ubicó en 24,12% en comparación al 24,55% de marzo de 2014, la reducción de 0,43 puntos porcentuales no es estadísticamente significativa. Para el mismo periodo, la pobreza a nivel rural varió de 40,91% en 2014 a 43,35% en 2015, con un incremento no significativo de 2,43 puntos porcentuales. La pobreza urbana en marzo de 2015 fue de 15,07%, cifra estadísticamente igual al 16,75% de marzo de 2014. Cuenca es el dominio auto-representado con menor tasa de pobreza (5,32%), mientras que Machala la de mayor incidencia (15,09%).

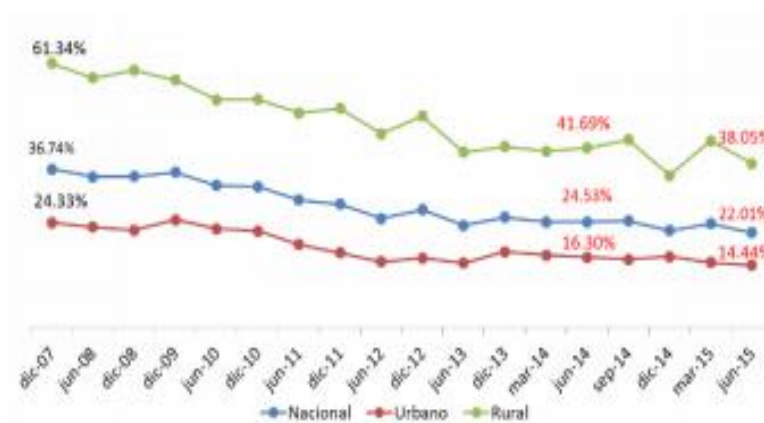


Figura N. 8. Pobreza

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

Análisis.

Como podemos observar la pobreza en el Ecuador ha bajado significativamente estos últimos 5 años de gestión de la revolución Ciudadana, Puesto que el Gobierno si se ha preocupado por esta problemática, todo esto ha generado que sea una OPORTUNIDAD de impacto alto puesto que las familias pasan de estar en la pobreza a un nivel medio, significativamente para este proyecto, se convertirían en clientes nuevos lo cual ayudaría en el crecimiento y vida del proyecto.

2.02.03. Factor Legal

Conjunto de leyes, normativas, departamentos gubernamentales y grupos de presión que afectan, de manera creciente, a la vida empresarial. Su evolución constituye una importante fuente de amenazas y oportunidades para la empresa. (Benguéchea, 2011).

Kotler & Armstrong, (2003) Según sus estudios realizados aportaron que “El entorno político consiste en leyes, dependencia del gobierno y grupos de presión que influyen en diversas organizaciones e individuos de una sociedad determinada y los limitan” (Pág., 138).

Aportando con el cambio de la matriz Productiva el presente proyecto será una Compañía Limitada, aprovechando la mejora de las leyes y políticas que actualmente favorecen al emprendedor; esto se debe al trabajo de la Superintendencia de Bancos y Seguros la cual creó una página para la agilización y rapidez de todos los trámites a realizarse, a continuación de detallaran los siguientes requisitos.

Requisitos Generales.

- Ingresar vía electrónica en www.supercias.gob.ec.
- Persona Natural: cédula de ciudadanía y certificado de votación

Pasos para la creación de un Compañía Limitada:

- Ingresar al sistema con usuario y contraseña y llenar el formulario de solicitud de constitución de compañías y adjuntar los documentos habilitantes.
- Cancelar el pago en el Banco de Pacífico.
- El notario se encargará de ingresar al sistema, validará la información y asignará fecha y hora para la firma de la escritura y los nombramientos.
- Inscribir los documentos en el registro mercantil.
- Se remite los documentos aprobados al Servicio de Renta Internas y proceder
- Inmediatamente indicando el número de Ruc de la Compañía
- Finaliza los trámites de constitución.

2.02.03.01. El Registro Único de Contribuyentes RUC.

Este documento es indispensable, se lo utiliza en la mayoría de los trámites legales.

Los requisitos son los siguientes:

- Copia de ciudadanía y papeleta de votación.
- Recibo de un servicio básico (luz, agua, teléfono.)
- Adicional: Identificación profesional, Médico, ingeniero, y si es un artesano calificado: Junta de Defensa del Artesano.
- Es un documento que adjunta los permisos correspondientes que deben poseer los locales comerciales, como patente, permiso del Cuerpo de Bomberos, de la dirección de Salud, del Ministerio de Turismo y del Ministerio del Interior.

2.02.04. Factor Tecnológico.

Al referirse al termino tecnología menciona que “Es un conjunto de conocimientos propios de un arte de industria mediante el cual se desarrolla y se perfecciona artefactos o procesos productivos, cada tecnología tiene un lenguaje propio, exclusivo y técnico” (Sanchez, 2012, pág. 19)

Análisis.

El factor tecnológico tiende a ser uno de los aspectos más importantes, al relacionarse directamente con la actividad de la empresa, siendo una **OPORTUNIDAD** de alto grado, cuyo beneficio nos brindara un ventaja sobre la competencia, así como brindar servicios de calidad hacia clientes.

2.03. Entorno Local.

Participantes cercanos a la empresa que afectan su capacidad para servir a sus clientes; es decir la empresa, proveedores, intermediarios de marketing mercado de clientes y competidores públicos. (Kotler & Armstrong, 2012, pág. 66)

2.03.01. Clientes.

Personas naturales o jurídicas, que consumen bienes o servicios que se ofrecen en un determinado lugar. (Guevara, 2015.)

Tabla N. 7.

Tipos de Clientes

Familias de la zona: Nivel-Medio-Alto.

PAE, Protección Animal.

Veterinarias.

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Como se detalla en la tabla claramente podemos observar los clientes potenciales, lo cuales se les brindara en servicio, ” Pets Memorial Cementery”, lo cual vine a ser una **OPORTUNIDAD** de impacto alto debido a que el mercado está totalmente libre para esta microempresa.

2.03.01.01. Poder de Negociación de los Clientes.

Característica generada entre un comprador y proveedor, a fin de satisfacer necesidades, negociando un producto en base a su calidad y precio. (Guevara, 2015)



2.03.02. Proveedores.

Considerados como proveedores aquellos que abastecen con recursos necesarios para que la compañía pueda producir sus bienes y servicios.

Tabla N. 8.

Proveedores

PROVEEDOR	LOGOTIPO	UBICACIÓN.	TELÉFONO	PRODUCTOS.
INCINEROX		José Andrade Oe1-512 Y J. Mancheno	022/458/251	Maquinas Incineradoras, repuestos, celdas de seguridad.
MEMORIAL NECROPOLI S.A.		Av. amazonas E5-147 Y Alemania, Ed. Skorprios, Pb., en la ciudad de Quito	022/580/580	Urnas, mausoleos, Equipo funerario.

MARY FLOR		Av. Real	0225/568/265	Arreglos florales,
FLORISTERIA		Audiencia		rosas.
		N67-69 y los		
		Ciruelos		
ZATOTEK		Panamericana	022/470/666	Pinturas, resinas y
S.A. WESCO		norte y Joaquín		Lacas
		Mancheno		

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Como podemos visualizar la tabla de proveedores, nos representa una AMENAZA de impacto medio; puesto que en este caso serían los proveedores quienes fijarían los precios, teniendo así ellos el poder de negociación a su favor.

2.03.03. Competencia

2.03.03.01. Competencia Directa.

“La competencia directa son aquellas empresas que venden un producto igual o casi similar a lo nuestro y lo venden en un mismo mercado” (Camino & Rúa, 2012, pág. 245).

Análisis.

La realización de este proyecta no tendrá competidor directo puesto que en el sector norte de la ciudad de Quito no existe un giro de negocio de igual magnitud, por lo que consideramos con una OPORTUNIDAD de impacto alto, para desarrollar nuestro servicio.

2.03.03.02. Competencia Indirecta.

La competencia indirecta, formada por la masa de negocios que interactúan con un mismo servicio, pero ya no en un mercado específico si no a nivel general, a nivel de país, más no ya de sector.

Tabla N. 9.

Competidores Indirectos

EMPRESA	CALIDAD	SERVICIOS	LOCALIZACIÓN
"Lord Guau"	Buen servicio Infraestructura pequeña.	Cementerio Mascotas. Incineración de mascotas. Adiestramiento, cuidado y comercialización de mascotas.	Quito/Sur Sangolquí
"Pets Dreams"	Buen servicio Infraestructura Adecuada.	Sepelio de perros y Gatos.	Guayaquil/Vía Samborondón
"Huellas"	Buen servicio Infraestructura Adecuada.	Sepelio de mascotas. Transporte. Servicios Funerarios.	Guayaquil

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Mediante esta tabla de nuestros competidores indirectos vemos que, representa una **AMENAZA** de impacto medio debido que "Lord Guau", empresa con 15 años en el mercado, pero existe una ventaja sobre aquella empresa, ya que esta se encuentra cubriendo el sector sur, y sus fines van más destinados al cuidado y tratamiento de mascotas siendo ese su fuerte mas no la sepultura y cremación de animales ,aunque también lo hacen pero a menor escala, "Memorial Pets", se desarrollara y cubrirá el mercado potencial de norte cubriendo un nivel social de medio a alto, lo cual no afectara mucho al desempeño del proyecto.

Tabla N. 10.

Matriz BCG

"Pet Memorial Cementery "	
Estrella	Vaca lechera
	
Cementerio mascotas.	Cremación mascotas
Incógnita	Hueso
	
Urnas	Placas ,recuerdos

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Jaime Giovanny Cuestas Flores

2.04. Análisis Interno.

2.04.01. Propuesta Estratégica.

Es la concepción global de la organización establecida desde la alta dirección para alcanzar las metas y objetivos de la compañía. Es en cierto modo, los principios básicos por medio de los cuales logran sus objetivos finales: las creencias, valores y pautas de conducción que debería poner en práctica para llegar a cumplir sus metas fijadas. (Díaz, 2004).

2.04.01.01 Misión.

“Brindar servicios funerarios para mascotas, con calidad y confiabilidad, creando soluciones optimas, por medio del profesionalismo de nuestro capital humano, afín de solucionar sus necesidades”.

2.04.01.02 Visión

“Pet Memorial Cementery, está enfocada en el mercado, en un lapso de corto plazo, prevé llegar a ser líder, en dar servicios fúnebres hacia las mascotas, colaborando y creciendo junto con el cambio de la matriz productiva del país, así como adoptando tecnología y normas estrictas, a fin de posesionarnos en la mente de los consumidores”

2.04.01.03 Objetivos.

Los objetivos definen de forma concreta hacia donde se dirige una actividad. Estos están referidos con resultados deseados para individuos, grupos u organizaciones. Los objetivos se configuran en una jerarquía que abarca desde el objetivo global hasta los objetivos individuales específicos. Todos los objetivos están interconectados, por lo que la consecución de uno de ellos depende de la consecución del resto. Si las metas no están interconectadas y si no se apoyan entre sí, los empleados pueden seguir rutas aparentemente buenas para su propio departamento, pero dañinas para la compañía en su totalidad. (Diez de Castro & García del Juno, 2001, pág. 66)

2.04.01.03.01 Objetivo General

Establecer una microempresa de servicios funerarios de calidad y confiabilidad para mascotas, en el norte de la ciudad de Quito, cubriendo las necesidades del sector y que supere las expectativas de los consumidores.

2.04.01.03.02 Objetivos Específicos

Liderar el mercado de servicios crematorios y funerarios de mascotas.

- Posicionar el servicio en la mente de los consumidores.
- Minimizar gastos
- Maximizar utilidades para cubrir costos gastos.
- Gestionar un convenio con el municipio para erradicar la insalubridad que generan las mascotas muertas en la calle.

2.04.01.04 Principios

Los principios son valores centrales, esenciales y permanentes de la organización. Se expresan de forma sencilla, clara y directa y son difundidos y preservados como una fuerza vital de la empresa. Los principios son independientes de los cambios en el ambiente externo porque impresionan algo esencial en la organización. Por ello, se definen como afirmaciones aceptadas generalmente que sirven de referencia superior para las decisiones que se adopten. Los principios son aseveraciones que deben ser respetadas en todos los casos, son valores compartidos. (Diez de Castro & García del Juno, 2001, pág. 87)

Principios.-Son aquel que se aprende con el día a día.

Lealtad y Confianza.

La empresa se manejara en un ambiente de lealtad y confianza, la cual será reciproca sin importar el grado gerencial de la persona, para así lograr juntos la consecución de intereses comunes.

Trabajo en Equipo.

Fomentar en nuestro capital humano el fortalecimiento de un solo bloque de trabajo, afín de minimizar el tiempo en los logros de las metas.

Seguridad.

Generar confianza en los clientes afín de solventar seguridad al cumplimiento de sus necesidades y deseos.

Servicios con Calidad.

Establecer continuos controles de calidad del servicio funerario a fin de ir solventando posibles errores, para no influenciar en la decisión de los consumidores a la hora de la compra.

Análisis.

“Pet Memorial Cementery” se nutre por tener un correcto funcionamiento en los principios, considerándolos como una **FORTALEZA** de impacto alto, a fin de cumplir con los objetivos empresariales.

2.04.01.05 Valores.

Los valores son conceptos unidos estrechamente al de ética. La ética es la parte explícita de la cultura que se refiere a las reglas de juego relativos a las relaciones entre los actores que van a presidir el juego de estas relaciones. (Diez de Castro & García del Juno, 2001)

Valores.- Son natos uno se nacen con ellos.

- **Puntualidad.**

“Pet Memorial Cementery” se registrará especialmente por la puntualidad la base del cumplimiento de toda meta, por lo cual se emplea incentivos a mayor grado de cumplimiento y al incumplimiento sanciones.

- **Responsabilidad.**

Actuar responsablemente midiendo el nivel de nuestros actos afín de no cometer errores que perjudiquen la entidad,

- **Respeto.**

Ambiente laboral con paz armorial la cual se ve reflejada en las buenas conductas laborales y ayuda a las demás en el logro de los objetivos.

- **Honradez.**

El trabajador tiene que trabajar con plena honradez en función de generar un nivel de confianza óptimo en la organización, la cual se ve reflejada hacia los clientes.

Análisis.

Los valores son muy importantes a la hora de brindar un servicio es por esto que en nuestra empresa lo consideramos como una **FORTALEZA** con impacto alto, con la que contamos ,el personal es motivado y realiza su trabajo de la mejor manera cumpliendo metas y objetivos.

2.04.01.06 Reglas y Políticas.

- Establecer un clima de trabajo cálido y confortable.

Cumplir con metas diarias propuestas.

- El Talento humano por derecho recibirá todos los derechos de ley que se le otorguen.
- El Talento Humano contara con almuerzo.
- El personal trabajara optimizando tiempo y recursos.
- La atención al cliente será primordial sin importar el área de trabajo.

- Generar asambleas mensuales, a fin de ver posibles debilidades y combatirlas.
- Buena imagen del lugar de trabajo dando seguridad al cliente.

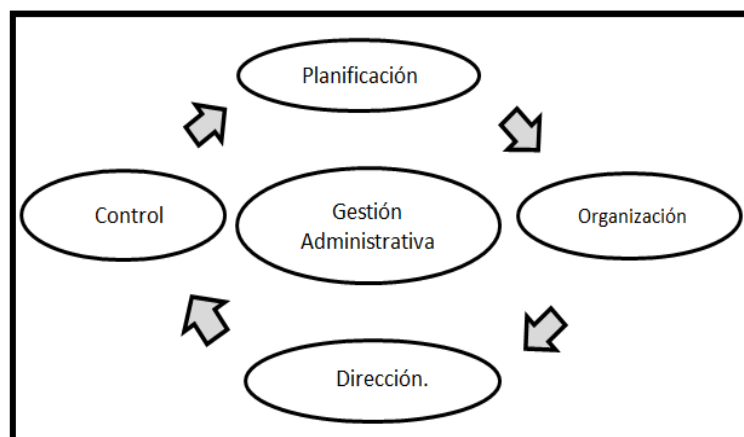
2.04.01.07 Estrategias.

- Capacitación continúa al talento humano en atención al cliente. Generando crecimiento profesional e intelectual dentro de la empresa.
- Adaptabilidad a la tecnología para promover el cambio, y estar a la par de la competencia.
- Fidelización de los clientes, generar descuentos por uso del servicio.

2.04.02 Gestión Administrativa.

La gestión administrativa uno de los puntos más importantes dentro de una organización, la cual está orientada a coordinar y optimizar las maneras disponibles para el logro del objetivo, generar utilidad, la misma que cumple un papel importante pues de ella depende el crecimiento de la empresa.

Figura N. 9. Elementos de Gestión Administrativa



Fuente: Estudio de Mercado.
Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Como vemos en el grafico estos elementos representan una herramienta para poder determinar de la mejor manera el funcionamiento de la organización y lograr el cumplimiento de los objetivos

2.04.02.01 Planificación.

Son todos por procesos o acciones que la organización llevara a cabo enfocada en el cumplimiento de los objetivos.

2.04.02.02 Organización.

“Es el resultado de coordinar, disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias, de tal manera, que se logren los fines propuestos” (Molins, 2008, pág. 67).

2.04.02.03 Dirección.

El talento humano será direccionado, de tal manera que su motivación estará muy alta generando amor hacia las cosas que hace, en la empresa, con el objetivo claro de cumplir los propósitos de la organización obtener utilidad.

2.04.02.04 Control.

“Pet Memorial Cemetery”, estará regida a un minucioso control de actividades, para minimizar riesgos y tiempos muertos, cumpliendo con las políticas antes establecidos, lo cual será medible, y sus resultados evaluados para su posterior solución de problemas si los hubiere.

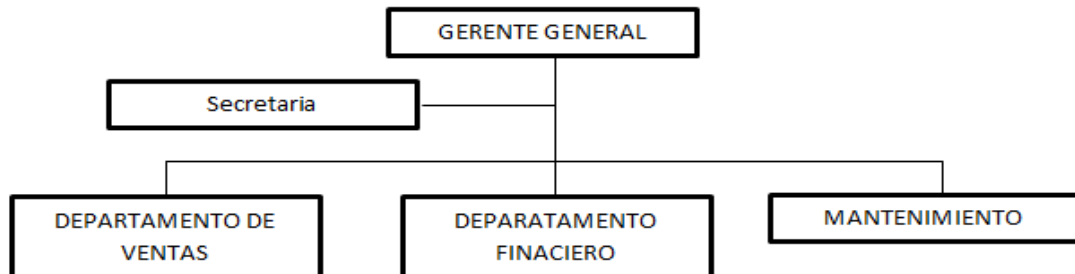
2.04.02.05 Evaluación de 360 Grados.

A través de esta importante herramienta "Pet Memorial Cementery", podrá establecer un rendimiento sobre el desempeño y capacidad del talento humano, y de existir anomalías, se implementara sistemas de desarrollo, tanto para jefes y empleados, con el objetivo claro de mejorar el funcionamientos.

2.04.02.06 Organigrama.

La estructura organizacional, o sea, la estructura de una organización, es la forma que los órganos y cargos están distribuidos en los distintos niveles (grados) y en los diversos departamentos de la empresa. (Orozco, 1996, pág. 110)

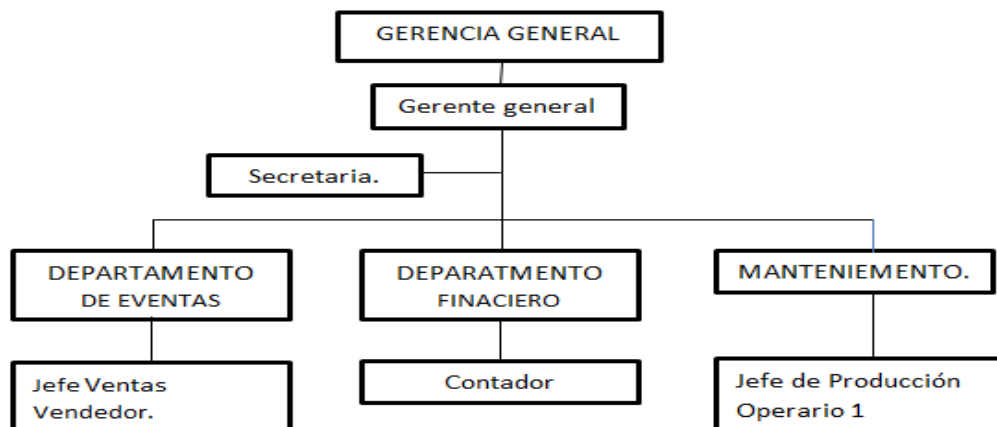
Figura N. 10. Organigrama Estructural



Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Figura N. 11. Organigrama Funcional



Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

2.04.03 Gestión Administrativa.

2.04.03.01 Gerente general

Direccionar la empresa haciendo cumplir las políticas.

- Representar legalmente a la empresa.
- Verificar el cumplimiento de las metas propuestas en cada departamento de la empresa.
- Toma de decisiones, financieras y administrativas.
- Medir riesgos y corregir pérdidas.

2.04.03.02 Secretaria

- Resolver los asuntos del gerente.
- Dotar de información a los clientes sobre el servicio.
- Organizar y controlar actividades a realizarse en cada departamento.

- Contemplar a los proveedores y coordinar entrega de materiales.
- Comunicar a los departamentos de eventos o asambleas.

2.04.03.03 Departamento de Ventas.

- Una de las áreas más importantes de la empresa, la encargada de la venta del servicio.
- Informar claramente a los clientes sobre el servicio que se ofrece.
- Brindar asesoramiento a los clientes sobre el servicio desarrollado por la empresa.
- Generar en el cliente satisfacción al momento de comprar el servicio.
- Resolver conflictos que generen los clientes sobre el servicio.

2.04.03.04 Departamento Financiero.

Contador

- Coordinar el pago de salarios hacia el personal.
- Controlar el pago de obligaciones contraídas por la empresa.
- Autorizar desembolsos de dinero para cubrir gastos.
- Emisión de pagos a proveedores.
- Revisión y control de la información papelería de la empresa.

2.04.03.05 Mantenimiento.

- Controlar y verificar el cumplimiento de tareas
- Tener los trabajos al día sin retrasos
- Rendir informes de su trabajo constantemente

Operario

- Cumplir con normas y políticas de la empresa.
- Ser responsable con los sus herramientas de trabajo.
- Rendir cuentas sobre tareas realizadas en un día de labores.
- Procurar tener limpio y ordenado el lugar de trabajo.

2.04.04 Gestión Operativa

Es el estudio de los métodos, herramientas, conceptos necesarios para enfrentar y resolver los problemas relacionados con la producción de bienes y servicios” (Anaya, 2011, pág. 12).

A continuación los principales requisitos fundamentales para que “Pet Memorial Cemetery”, entre en operaciones.

2.04.04.01 Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- Original y copia de cedula, papeleta de votación del representante legal.
- Carta de servicios básicos, mínimo tres meses anteriores.

2.04.04.02 Generar la Patente Municipal.

- Completar los datos del formulario de solicitud.
- Original y copia de cedula, papeleta de votación del representante legal.
- Autorización por parte de los Bomberos
- Permisos del medio ambiente
- Fotocopia del Registro Único de Contribuyente.
- Permiso de Bomberos.
- Permiso del medio ambiente.

2.04.04.03 Permisos de Funcionamiento (Licencia Metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas, LUAE)

- Solicitar y llenar el formulario de funcionamiento.
- Fotocopia del RUC
- Fotocopia de cedula y papeleta de votación del representante legal
- Croquis sobre la ubicación del establecimiento.
- Plano del establecimiento.
- Autorización de los bomberos.
- Autorización del medio ambiente.

2.04.05 Gestión Comercial

Nombre de la Empresa.

“Pet Memorial Cementery”

El slogan

“Vidas que dejaron huella en tu corazón”

El logotipo



Figura N. 12. Logotipo

Elaborado por: Jaime Giovanny Cuestas Flores

2.04.06 Producto.

Se brinda servicios funerarios y crematorios, a fin de solucionar los problemas de las personas al no tener que hacer con sus mascotas fallecidas, bien dándoles un descanso digno y humano una cremación, para conservar sus cenizas.

2.04.07 Precio

El precio se lo estableció en concordancia de la competencia, dictando un precio justo para poder ser competitivos en el mercado.

2.04.08 Promoción.

La empresa se da a conocer por medio de:

- Hojas volantes
- Vallas publicitarias
- Publicidad móvil
- Cartas de presentación
- Material P.O.P.

2.04.08.01 Hojas Volantes.



Figura N. 13. Hojas Volantes

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

2.04.08.02 Vallas Publicitarias



Figura N. 14. Vallas Publicitarias

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

2.04.08.03 Publicidad Móvil.



Figura N. 15. Publicidad Móvil

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

2.04.08.04 Cartas de Presentación.



Figura N. 16. Cartas de Presentación.

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

2.04.09 Plaza.

“Pet Memorial Cemetery”, solo contara con servicios directos al cliente, el cual estará ubicado en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia Cotocollao, (Av. del maestro y Dalias Esq.

2.05 Matriz FODA.

La Matriz FODA ilustra como las oportunidades y amenazas externas se pueden relacionar con las fortalezas y debilidades alternativas estratégicas. (Hunger, 2007).

La Matriz FODA expresa una estrecha relación entre las Oportunidades y Amenazas al momento de reflejar una relación hacia las fortalezas y debilidades de la empresa.

Tabla N. 11.

Matriz FODA, Ambiente Externo

AMBIENTE EXTERNO

Matriz FODA				
	Oportunidades	Impactos		
		Alto	Medio	Bajo
Fortalezas	Pib	X		
	Sociedad	X		
	Cultura	X		
	Pobreza	X		
	Tecnología	X		
Debilidades	Amenazas			
	Inflación		X	
	T. Interés Activa.		X	
	T. Interés Pasiva		X	
	Riesgo País	X		
	B. Comercial		X	
	PEA		X	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Tabla N. 12.

Matriz FODA, Ambiente Interno

AMBIENTE INTERNO

Matriz FODA		Impactos		
		Alto	Medio	Bajo
Fortalezas	Oportunidades			
	Clientes	X		
	Competencia Directa	X		
Principios		X		
Valores		X		
Debilidades	Amenazas			
	Proveedores		X	
	Competencia Indirecta		X	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Capítulo III: Estudio de Mercado

Como objetivo central del estudio de mercado tenemos que es expresar con exactitud y veracidad datos de una población indicada, en factores de demanda y oferta, para así tener un amplio conocimiento del entorno donde será factible la microempresa.

3.01. Análisis del Consumidor.

Son actividades que las personas efectúan al obtener, consumir y disponer de productos y servicios, (BLACKWELL, 2001)

Según HAWKINS, (2004), Es el estudio de personas, grupos u organizaciones y los procesos que siguen para seleccionar, conseguir, usar y disponer de productos, servicios, experiencias o ideas para satisfacer necesidades y los impactos que estos procesos tienen en el consumidor y la sociedad

3.02. Determinación de la población y muestra.

3.02.01. Población.

Denominamos a la población como una aglomeración de individuos los cuales son objeto de estudio, para posteriormente poder sacar conclusiones. Ciro, (2012) Aportó que: "La población es el conjunto de medidas o recuentos de elementos que tienen una característica común" (P, 810).

3.02.02. Muestra.

Entendemos como muestra a la segmentación mínima de una población, a fin de analizarla, y estimas respectivas conclusiones. Ciro, (2 007) Determinó que: “La muestra es una parte de los elementos representativos de la población”. (P, 344).

Se utiliza la muestra porque toma menos tiempo y dinero.

Calculo de la muestra

Fórmula para calcular la muestra.

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1)E^2 + p * q * z^2}$$

De donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible (5%)

p = Probabilidad de éxito (50%)

q = Probabilidad de fracaso (50%)

z = Distribución normal en estadística cuando el N/C = 95%

$$n = \frac{31263 * (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}{(31263 - 1)(0.05)^2 + (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}$$

$$n = 385$$

3.02.03. Técnicas para obtener información

Las técnicas de recolección de información más comunes suelen ser de dos tipos:

3.02.03.01. Información Primaria.

Son datos que necesariamente deben ser recopilados ya que no se encuentran publicados y no se pueden acceder a ellos. Diez de Castro & Landa Bercebal, (2002) Determinaron que: “Son aquellos que necesitan ser recopilados mediante algún tipo

de procedimiento complejo, por tanto podemos indicar que un dato considerado como primario no existe como tal” (P, 137).

Los datos primarios pueden ser recopilados por medio de: encuestas, observación, experimentación, focus groups y análisis de datos de comportamiento, los cuales servirán para realizar una investigación. Kotler & Keller, (2006) Concluyeron que: “La información primaria se puede recopilar a través de cinco formas principales: observación, focus group, encuestas, datos de comportamiento y experimentos” (P, 105).

3.02.03.02. Información Secundaria.

Son aquellos que su existencia es conocida por algún estudio realizado y se pueden acceder a ellos cuando se los necesite. Diez de Castro & Landa Bercebal, (2002) Concluyeron que: “Son aquellos que existen y además es posible acceder a ellos” (P, 136).

Los datos secundarios se pueden encontrar en libros, revistas, archivos de la empresa y por medio de la información que se recoge en el mercado. Diez de Castro & Landa Bercebal, (2002) Concluyeron que: “La forma de obtener estos datos secundarios es muy variable. La visita a una hemeroteca, los archivos de una empresa, las revistas especializadas y la información oral que se recoge en el mercado o en la propia empresa” (P, 137).

3.02.03.03. Encuesta.

La encuesta es una búsqueda sistematizada de información, en la cual pedimos la opinión a personas, sobre datos o algún tema que se desea obtener información.

Kotler & Keller, (2006) Analizaron que: “Se realizan encuestas para conocer qué saben, creen y prefieren los consumidores, así como para descubrir qué les

satisface y para generalizar los descubrimientos a la totalidad de la población” (P, 105).

Para el estudio de factibilidad se utilizará la encuesta para la obtención de información en el mercado, la cual ayudará a interpretar datos.

3.02.03.04. *Formato de la encuesta.*

Cuestionario.

“Pets Memorial Cementery”

El objetivo de la presente encuesta, es obtener información para la realización de un Estudio de Factibilidad para la implementación de un cementerio - mausoleo para mascotas en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Instrucciones:

Lea con atención las siguientes opciones y marque una X en la respuesta que usted encuentre más conveniente.

Marque solo una respuesta por pregunta.

Genero.

Masculino

Femenino.

Rango de Edad.

Edad: 20-25

26-30

31-35

36 en adelante

1.- ¿Usted trabaja?

SI

NO

2.- ¿Tiene mascotas en su hogar?

SI

NO

3.- ¿Qué tipo de mascota tiene?

Perro

Gato

Hámster

Conejo

4.- ¿Cuál es el tamaño de su mascota?

Pequeña Mediana Grande

5.- ¿Con que frecuencia visita usted al veterinario, o lugares de entrenamiento para mascotas?

Mensualmente Trimestralmente Anualmente

6.- ¿Si su mascota falleciese que haría con ella?

Tirlarla al camión de la basura. Enterrarla en el patio o lugar cercano a su casa.

Dejarla en la calle en fundas Otros, argumente.

7.- ¿Qué le parece la idea de crear un cementerio para mascotas, con ceremonias de velación cremaciones y sepelios?

Excelente Buena Regular Mala.

8.- ¿Compraría usted este servicio para mascotas en caso de implementarse?

SI NO

9.- ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por este servicio de cementerio para mascotas, marque con una x el precio de acorde al tamaño de su mascota?

Mascota Pequeña	Mascota Mediana	Mascota Grande
\$200-\$220	380-\$420	\$441-\$460
\$221-\$250	421-\$440	\$461-\$480
Más de \$ 250	Más de \$ 400	Más de \$ 480

10.- ¿Le gustaría que exista planes de pago en este servicio?

SI NO

11.- ¿Conoce usted otra empresa que brinde este servicio de cementerio de mascotas?

SI NO

12.- ¿En qué lugar le gustaría que se cree este cementerio de mascotas?

Parroquia Cotocollao. Parroquia Condado Parroquia Carcelén

Gracias por su colaboración

Análisis de la Información.

Tabla N. 13.

Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Femenino	250	64,9	64,9	64,9
Masculino	135	35,1	35,1	100
Total	385	100	100	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

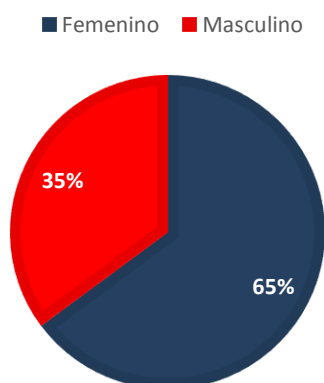


Figura N. 17. Género

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

De los datos obtenidos de la primera pregunta se desprende que el 65% de la muestra es de genero femenino, y el restante 35% al genero masculino.

Tabla N. 14.

Rango de Edad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De 20 a 25	32	8,3	8,3	8,3
De 26 a 30	96	24,9	24,9	33,2
De 31 a 35	223	57,9	57,9	91,1
De 36 en adelante	34	8,9	8,9	100,1
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

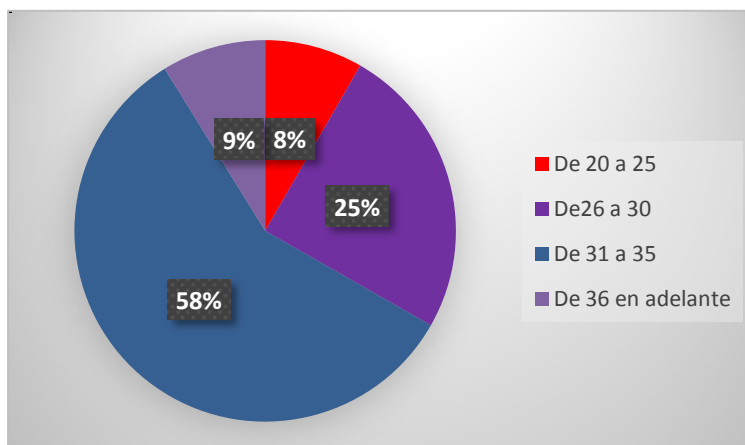


Figura N. 18. Rango de edad

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Como podemos observar la edades donde predomina la encuestas son de 31 a 35 del total de estudio con lo que podemos concluir que estos seria nuestros mayores clientes, ocupando el 58% del mercado.

1.- ¿Usted trabaja?

Tabla N. 15.

Actualmente trabaja

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
SI	327	84,9	84,9	84,9
NO	58	15,1	15,1	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

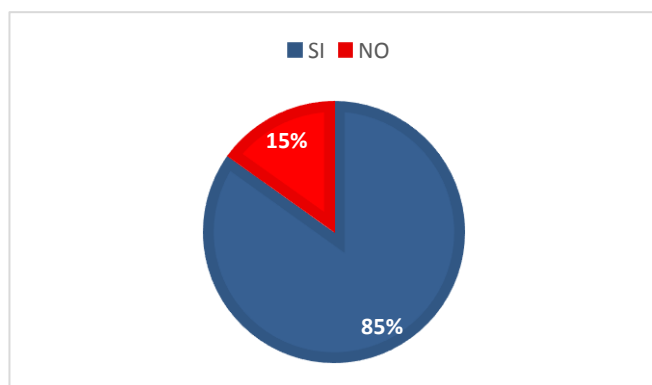


Figura N. 19. Actualmente trabaja

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Mediante este grafico podemos ver que el 85% esta en ocupacion plena siendo una gran oportunidad de mercado, mientras el 15% restante, se dedica labores domesticas, o bien no se encuentra laborando.

2.- ¿Tiene mascotas en su hogar?

Tabla N. 16.

Posee Mascota

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
SI	357	93,0	93,0	93,0
NO	27	7,0	7,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

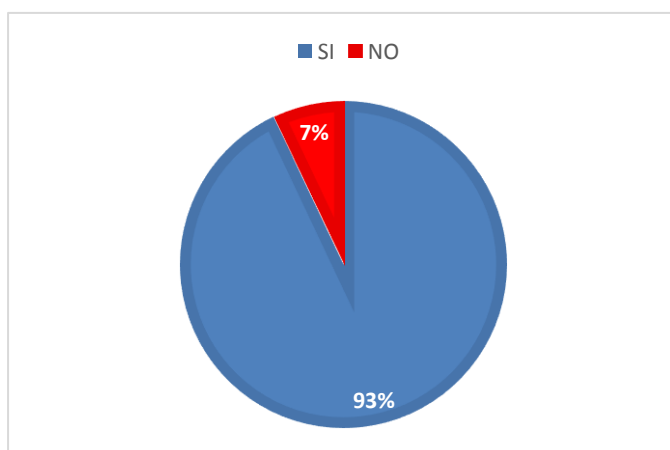


Figura N. 20. Posee Mascota

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Como vemos la mayor parte de la población tiene mascotas, lo cual es muy favorable para la factibilidad de la empresa, un 7% no cuenta con mascotas, debido a condiciones de comodidad o simplemente no les gusta las mascotas.

3.- ¿Qué tipo de mascota tiene?

Tabla N. 17.

Tipo de mascota

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Perro	314	81,8	81,8	81,8
Gato	50	13,0	13,0	94,8
Hámster	15	3,9	3,9	98,7
Otro.	5	1,3	1,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

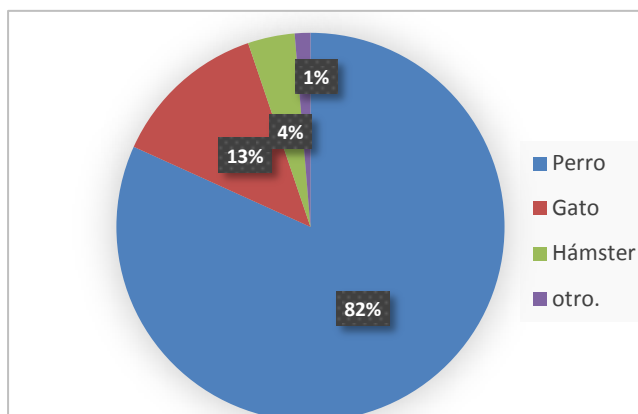


Figura N. 21. Tipo de mascota.

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Observando el gráfico vemos que el 82% de las personas cuentan con perros lo que es factible para nuestro proyecto, un 13% gatos, y tan solo un 1% otros animales, entre ellos tortugas o reptiles.

4.- ¿Cuál es el tamaño de su mascota?

Tabla N. 18.

Tamaño de la mascota

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Pequeña	89	23,1	23,1	23,1
Mediana	246	63,9	63,8	87,0
Grande	50	13,0	13,0	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

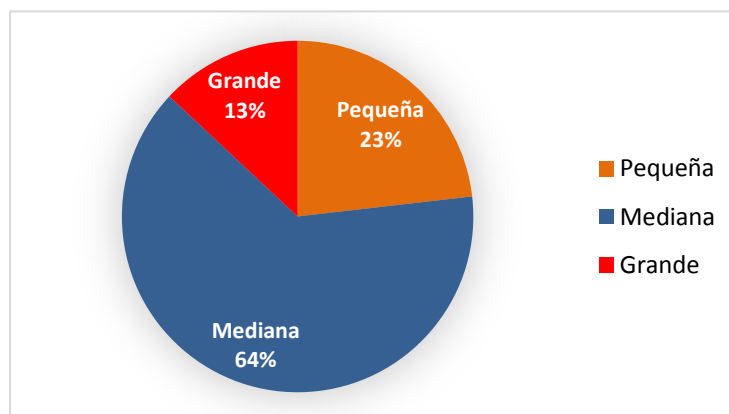


Figura N. 22. Tamaño de la mascota

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Mediante este gráfico podemos determinar que la población de mascotas medianas es la que acapara el mercado siendo a donde se enfocara el proyecto a realizar su factibilidad con mayor precisión.

5.- ¿Con que frecuencia visita usted al veterinario, o lugares de entrenamiento para mascotas?

Tabla N. 19.

Frecuencia de Visita al Veterinario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Mensual	86	22,3	22,3	22,3
Trimestral	271	70,4	70,4	92,7
Anual	28	7,3	7,3	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

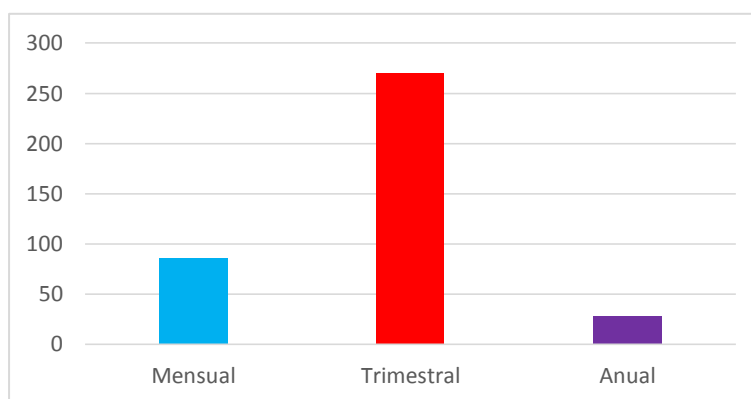


Figura N. 23. Frecuencia de Visita al Veterinario

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Como vemos las personas acuden al veterinario trimestralmente en mayor frecuencia con sus mascotas.

6.- ¿Si su mascota falleciese que haría con ella?

Tabla N. 20.

Que hace con los restos de su mascota.

	Frecuencia	%	% Válido	% Acumulado
Tirlarla a la basura	35	9,1	9,1	9,1
Sepultarla en el patio de casa	324	84,4	84,4	93,5
Tirlarla en fundas a la calle	25	6,5	6,5	100,0
Otros	0	0,0	0,0	
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

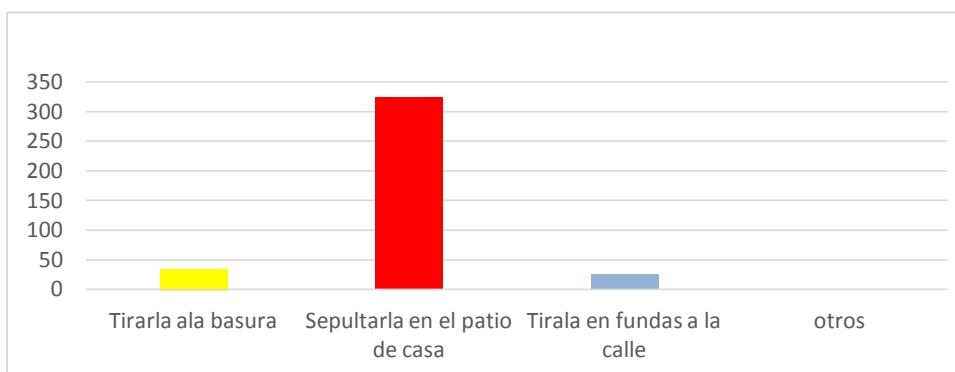


Figura N. 24. Qué hace con los restos de su mascota.

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Claramente podemos ver las costumbres de los futuros clientes, los cuales optan en enterrar su mascota, es necesario dar una capacitación o hablar a las personas que botan sus mascotas a la basura sobre lo infeccioso que es para el ambiente.

7.- ¿Qué le parece la idea de crear un cementerio para mascotas, con ceremonias de velación cremaciones y sepelios?

Tabla N. 21.

Existencia de un camposanto de mascotas

	Frecuencia	Porcentaje	% Valido	% Acumulado
Excelente	221	57,4	57,4	57,4
Buena	149	38,7	38,7	96,1
Regular	0	0	0	96,1
Mala	15	3,9	3,9	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

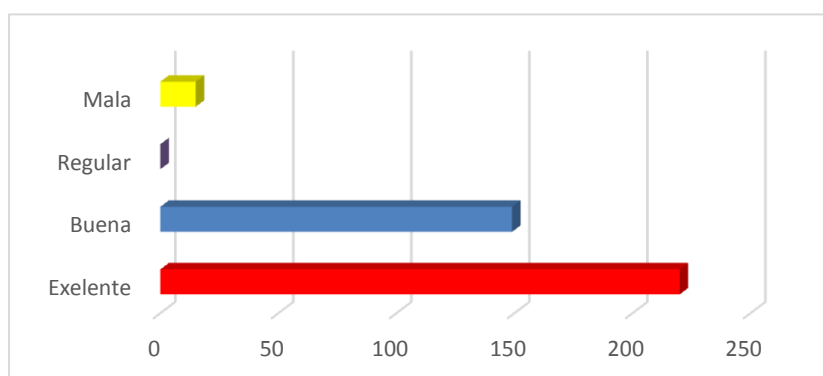


Figura N. 25. Existencia de un camposanto de mascotas

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

La mayor parte de la población calificó a esta idea como excelente y buena, lo cual brinda un nivel óptimo de confianza hacia el emprendimiento de la misma, proyectando un agrado y éxito en el mercado.

8.- ¿Compraría usted este servicio para mascotas en caso de implementarse?

Tabla N. 22.

Adquiriría nuestro servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	% Válido	% Acumulado
SI	296	76,9	76,9	76,9
NO	89	23.1	23.1	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

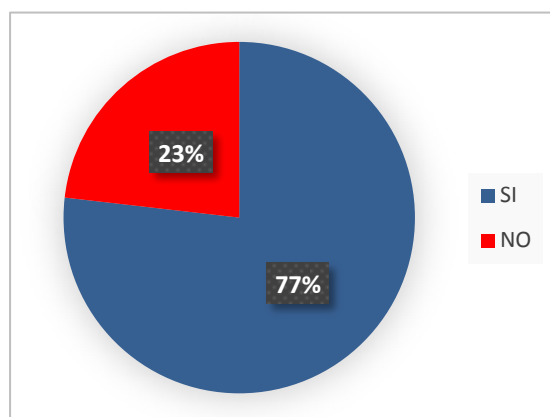


Figura N. 26. Adquiriría nuestro servicio

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Se tiene expectativas ositivas acerca del proyecto la aceptacin de las personas es muy alta el 77% de los encuestados si lo adquiria,sigbificanso esto par el proyecto como una portunidad de éxito.

9.- ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por este servicio de cementerio para mascotas, marque con una x el precio de acorde al tamaño de su mascota?

Tabla N. 23.

Cuanto pagaría por el servicio

	Frecuencia	% Porcentaje	% Válido	% Acumulado
Mascota Pequeña				
\$200-\$220	88	22,9	22,9	22,9
\$221-\$250	5	1.3	1.3	24,2
Mascota Mediana				
\$380-\$420	170	44,1	44,1	68,3
\$421-\$440	80	20,8	20,8	89,1
Mascota Grande				
\$441-\$460	30	7,8	7,8	96,9
\$461-\$480	12	3,1	3,1	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Según un análisis de la encuesta realizada se obtuvo que las mascotas pequeñas tendrían un costo de \$200-\$220 dólares; Las mascotas medianas de \$380-\$420 dólares, y las grandes de \$441-\$480, siendo la mayoría de los encuestados los optadores de estos valores, demostrando así mis precios del servicio sobre el proyecto.

10.- ¿Le gustaría que exista planes de pago en este servicio?

Tabla N. 24.

Le gustaría Planes de Pago

	Frecuencia	Porcentaje	% Valido	% Acumulado
SI	321	83,4	83,4	83,4
NO	64	16,6	16,6	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

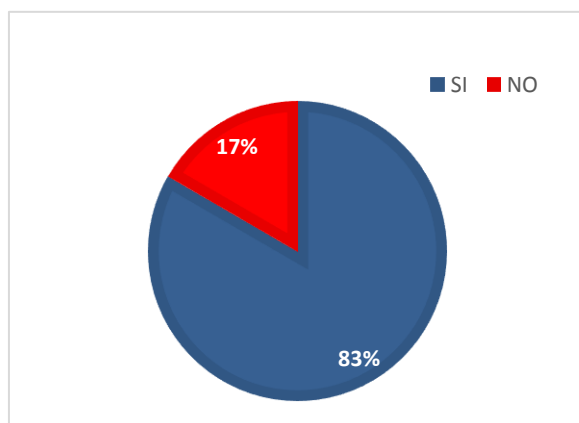


Figura N. 27. Le gustaría Planes de Pago

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Como podemos observar tenemos una gran aceptación en cuanto a incorporar planes de pago como tarjeta de crédito, o débitos, siendo esto un realce ante la competencia

11.- ¿Conoce usted otra empresa que brinde este servicio de cementerio de mascotas?

Tabla N. 25.

Conoce otra empresa con similar servicio

	Frecuencia	Porcentaje	% Válido	% Acumulado
SI	250	64,9	64,9	64,9
NO	135	35,01	35,01	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

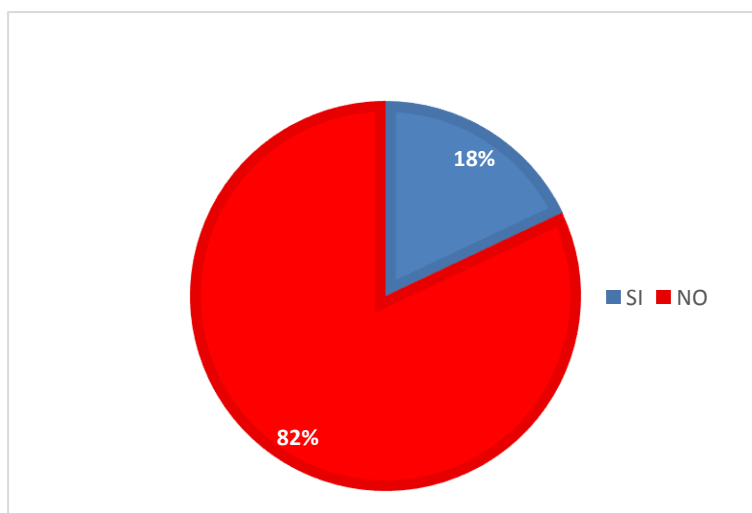


Figura N. 28. Conoce otra empresa con similar servicio

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis

Vemos que los datos obtenidos nos ponen en buen camino respecto al proyecto ya que la mayor parte de las personas conocen del servicio mas no de un competidos potencial que sea una amenaza para su desarrollo.

12.- ¿En qué lugar le gustaría que se cree este cementerio de mascotas?

Tabla N. 26.

Parroquia de prestación del servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	% Válido	% Acumulado
Cotocollao	324	84,4	84,4	84,4
Condado	35	9,1	9,1	93,5
Carcelén	25	6,5	6,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

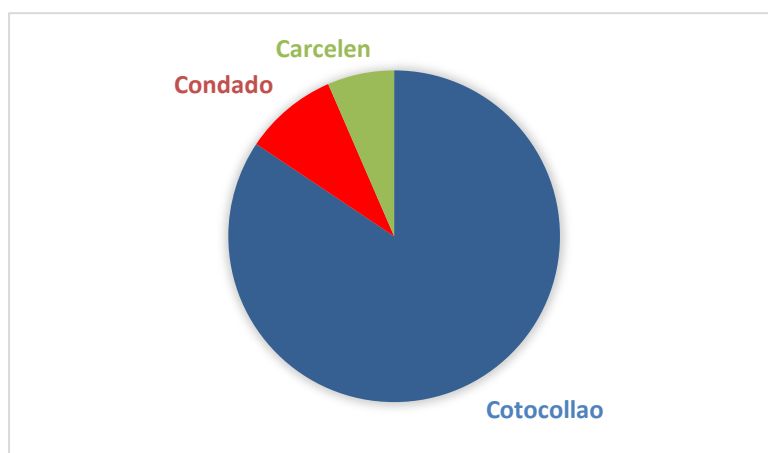


Figura N. 29. Parroquia de prestación del servicio.

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

La mayoría de personas ven la factibilidad del proyecto en la Parroquia de Cotocollao, dicha aceptación será tomada como una fortaleza de mercado.

3.03. Oferta

La oferta es una fuerza del mercado (la otra es la "demanda") que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.

Obviamente que el comportamiento de los ofertantes es distinto a los de los compradores. Un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio mayor será la cantidad ofrecida. (Thompson, 2006, pág. 176)

3.03.01. Oferta Histórica

Para la cuantificación histórica de la oferta se debe indicar que regularmente los productos de aseo se compran constantemente, lo cual en el siguiente cuadro se determinara la oferta histórica. Para esto se tomara como datos los años anteriores que son según el proyecto en este caso es 5 años anteriores.

3.03.02. Oferta Actual

Se relaciona con la capacidad productiva vigente por parte de las empresas que conforman el mercado; brindando el mismo bien o servicio. (Remache, 2011)

Tabla N. 27.

Oferta Actual

Año	Demanda Actual	Aceptación De La Competencia (%)	Oferta (\$ Actual
2015	27,080,064.00	0.649	17574961.54

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

3.03.03. Oferta Proyectada

Según (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos,2006),Se realiza un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomó aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cerca a uno. (pág. 75)

Tabla N. 28.

Oferta proyectada

Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada(\$)
2016	21,080,064.00	0.649	13680961.54
2017	21,491,125.25	0.649	13947740.29
2018	21,910,202.19	0.649	14219721.22
2019	22,337,451.13	0.649	14497005.79
2020	22,773,031.43	0.649	14779697.40

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

3.04. Demanda

Según (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006) Define a la demanda como “la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere y solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (pág. 17)

3.04.01. Demanda histórica

Permite conocer el comportamiento de consumo del bien o servicio en el tiempo pasado, es decir, la demanda del producto o servicio que hubo en los años anteriores.

(Remache, 2011, pág. 66)

3.04.02. Demanda Actual

Volumen total que compararía un grupo de consumidores concreto, en una zona geográfica determinada, en un periodo de tiempo preciso, en un entorno de marketing definido y con un nivel y un conjunto de esfuerzos de marketing específicos. (Thompson, 2006, pág. 82)

Tabla N. 29.

Cálculo de la Demanda Actual

Aceptación

Población	* % Mayor aceptación	
31263	* 76,9% = (0.769%)	
		= 24041.25
Frecuencia		
Aceptación	* % Mayor de frecuencia	* Tiempo
24041.25	* 70,4% = (0.704%)	* 4
		= 67700.16
Precio		
Rango de Precios	/ 2	= Aceptación personas
(\$ 380.00 + \$420.00)	/ 2	= \$ 400.00
Calculo de la Demanda Actual.		
Frecuencia de Compra	* Precio promedio aceptado	
67700.16	* \$400.00	
		= 27080064.00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

3.04.03. Demanda Proyectada

Se realiza un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomara aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cerca a uno.

Tabla N. 30.

Demanda Proyectada.

Año	Demanda Actual	Tasa De Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada(\$)
2016	27,080,064.00	1	27,080,064.00
2017	27,080,064.00	1.0195	27,608,125.25
2018	27,608,125.25	1.0195	28,146,483.69
2019	28,146,483.69	1.0195	28,695,340.12
2020	28,695,340.12	1.0195	29,254,899.25

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

La proyección de la demanda se determinó en base al crecimiento población en general del Ecuador, razón por la cual si la población aumenta las mascotas también.

3.05. Balance Oferta-Demanda

Según (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006) Se llama demanda insatisfecha a la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

(pág. 86)

Tabla N. 31.

Balance Oferta Demanda

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha(\$)
2016	21,080,064.00	13680961.54	7,399,102.46
2017	21,491,125.25	13947740.29	7,543,384.96
2018	21,910,202.19	14219721.22	7,690,480.97
2019	22,337,451.13	14497005.79	7,840,445.35
2020	22,773,031.43	14779697.40	7,993,334.03

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis

La gestión de proyectos establece que cuando se trata de una nueva unidad de servicio, la misma está en la capacidad de cubrir la demanda entre un 2% y un 6%. En este caso, la demanda cubierta por la empresa será de un 4% al año correspondiendo a \$822.12 mensuales.

Capítulo 4: Estudio Técnico

“El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.” (Chain, 2007, pág. 32)

Mediante este capítulo determinaremos el tamaño, localización, instalaciones y los equipos necesarios para el proyecto de factibilidad.

4.01. Tamaño del Proyecto.

El tamaño del proyecto ayuda a determinar la inversión y el costo que significa realizar el estudio técnico. Sapag & Sapag, (2003) Contribuyeron que: “El tamaño del proyecto es fundamental para la determinación de las inversiones y costos que se derivan del estudio técnico” (P, 21).

La capacidad de producción se determina tomando en cuenta los siguientes aspectos:

Dimensión de las instalaciones, capacidad de la maquinaria y equipos, la cual se puede expresar en:

Unidades de producción, volumen de producción y número de usuarios atendidos.

Tabla N. 32.

Capacidad Instalada

Áreas	Medidas	Totales
Recepción	5m*5m	25 m ²
Oficinas	10m*15m	150 m ²
Baños	6m*6m	36 m ²
Sala de Espera	5m*4m	20 m ²
Cafetería	4m*3.5m	14 m ²
Área Funeraria	10m*5m	50 m ²
Área de Cremación	7m*5m	35 m ²
Cementerio	20m*20m	400 m ²
Áreas Verdes	20m*10m	200 m ²
Parqueaderos	10m*7m	70 m ²

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Mediante una correcta y adecuada distribución del espacio disponible, adecuándolo a condiciones óptimas de trabajo, bajo ambientes de seguridad y bienestar, se puede desarrollar una buena gestión empresarial tanto para los trabajadores como para los clientes.

4.01.01.1. Capacidad Instalada.

La capacidad instalada es el lugar donde se planta el potencial de producción del proyecto, contando con diversas áreas, para un correcto funcionamiento de la empresa. (Miranda 2005) Analizó que: “La capacidad instalada corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente” (P, 119).

La disponibilidad de la infraestructura con la que contara “Pet Memorial Cemetery”, será de 40.m x 25m= 1000 m², los mismos que cubrirán necesidades

que generen los clientes, debido a que un acorde espacio físico, cuenta con 1500 nichos los permiten albergar a 1500 mascotas fallecidas, contando conjuntamente con las demás áreas, un buen desenvolvimiento del servicio que se ofrece, los nichos tendrán una medida de 0.80 cm de ancho por 1.20cm de largo.

Servicio de Funeraria

En un día laborable de servicios funerario cubriremos 4 servicios como máximo, por lo tanto los servicios de funeraria a ofrecer en un día y en un mes de trabajo son:

Tabla N. 33.

Servicio Funerario

Capacidad máxima al día	Capacidad máxima al mes
4	80

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Servicio de Cremación

La capacidad máxima de los servicios de cremación para mascotas a ofrecer en un día, y un mes de trabajo son:

Tabla N. 34.

Servicio Crematorio.

Capacidad máxima al día	Capacidad máxima al mes
4	80

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

La capacidad máxima se obtuvo de la siguiente manera: Razón de que el horno puede cremar 1 mascotas cada 2 horas por 8 horas laborables la capacidad máxima por día es de 4 y por un mes es de 80 servicios de cremación.

4.01.02. Capacidad Óptima

La capacidad óptima del presente proyecto es cuando se opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica, es decir la capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para el tipo de proyecto que se trata.

4.02. Localización

“Al referirse a la localización menciona que es el análisis de las variables consideradas como factores que determina el lugar en donde el proyecto logra la máxima utilidad o los costos mínimos” (Erossa, 2004, pág. 78).

La localización del presente proyecto tiene como objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer un lugar que ofrece los máximos beneficios, a su vez obtener la máxima ganancia.

Para el presente proyecto se seleccionó su localización de la siguiente manera:

4.02.01. Macro Localización.

Se refiere a la zona en la cual se estableció la empresa, ubicándola dentro del país, provincia, cantón y ciudad al que pertenece.

Tabla N. 35.

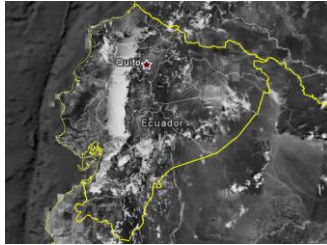
Macro-Localización

PAIS	ECUADOR
PROVINCIA	PICHINCHA
CANTON	QUITO
CIUDAD	QUITO
SECTOR	NORTE
HABITANTES	31.263
CLIMA	TEMPLADO

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Mapa ubicación del Ecuador



Mapa Ubicación de Pichincha



Mapa Ubicación de Quito.



Figura N. 30. Macro - Localización

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

4.02.02. Micro-Localización

El presente proyecto estará ubicado en la Parroquia de Cotocollao, en la Av. Del Maestro y Calle Nazareth.N2.31-21

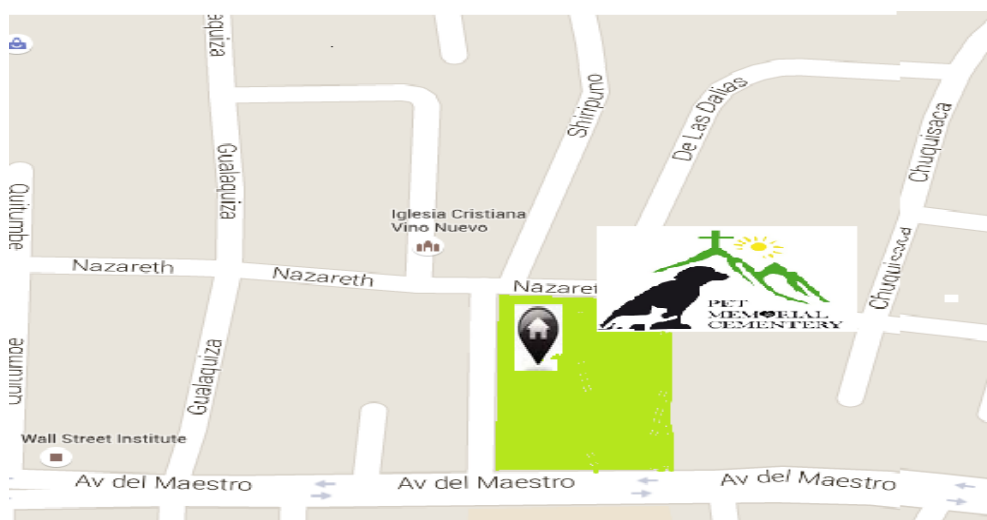


Figura N. 31. Micro-Localización

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

4.02.03. Localización Óptima

La localización óptima para la implementación del proyecto estará ubicada en el sector norte de Quito, Parroquia Cotacachi, debido a que existe un nivel de vida económicamente medio-alto, lo que significa una oportunidad en clientes, además de vías de acceso adecuadas, cuenta servicios básicos, buena seguridad y cercanía al mercado.

4.03. Ingeniería del Proyecto

Es donde determinamos la parte de la infraestructura, como va estar diseñada para el sostenibilidad del nuevo servicio, desde su concepción hasta su funcionamiento.

4.03.01. Definición de Bienes y Servicios

Son mercancías u objetos y pueden clasificarse de varias maneras. Vamos a enumerar algunas de las posibles clasificaciones de los bienes (la mayoría de los autores normalmente mencionarán muchas otras). Un servicio es la realización de una actividad por parte de un prestador (de servicios). A diferencia de un bien, los servicios son intangibles. (Física Práctica, 2010, pág. 134).

4.04. Distribución de planta

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006), afirma: “una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores” (Pág.117)

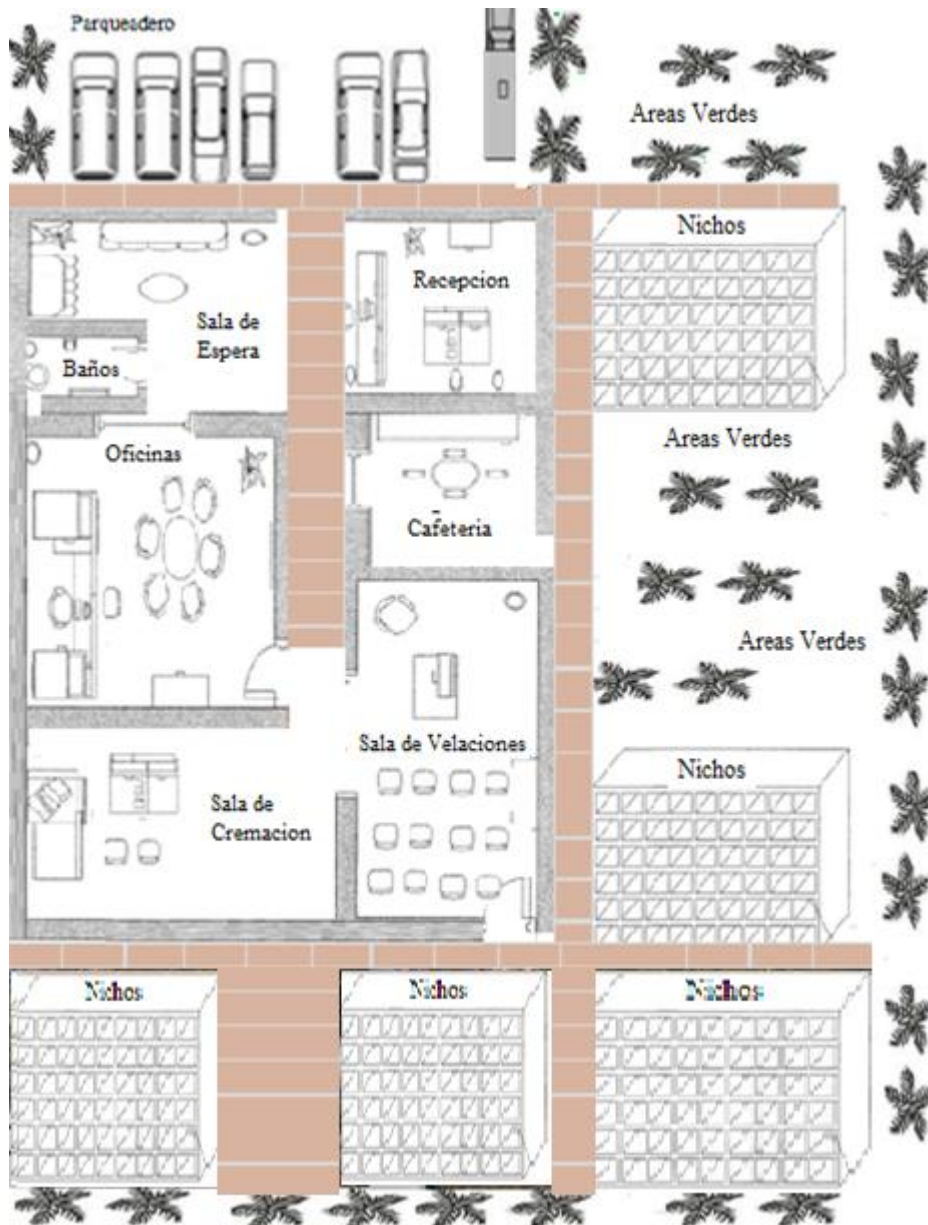


Figura N. 32. Distribución de Planta

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

4.05. Proceso Productivo.

Tabla N. 36.

Procedimiento Servicio Funerario

Proceso	Actividades	Tiempo
Requerimiento del servicio	Se informa al cliente de todas las condiciones del servicio vía telefónico personal a clientes que lleguen a "Pet Memorial Cementery"	5'
Aceptación del Servicio	La recepcionista pregunta al cliente si quiere que le visiten a su casa a retirar la macota o si el cliente lo trae a las instalaciones.	5'
Notificación del servicio al Gerente.	En el caso de que el cliente solicite se retire el cadáver se procede a su hogar por el mismo.	10'
Recepción de la mascota	Se recibe a la mascota y sus familiares ubicándolos en la funeraria para proceder a la velación, acompañándolos en su dolor mediante la admiración de su mascota.	10'
Refrigerio	Se procede a dar a los familiares un refrigerio	10'
Proceso de Sepultura	Se procede a que los familiares escojan el ataúd y el lugar para enterrar la mascota	10'
Monto del servicio	Procedemos a solicitar el desembolso de dinero por el servicio, para proceder al entierro	5'
Entierro de la mascota	Una vez ya pagado el servicio funerario y escogida la ataúd y su respectivo lugar procedemos a sepultar la mascota	50'
Escritura en la lapida	Por último se procede a escribir de acuerdo a las estimaciones del cliente en la lápida de su mascota.	10'
Certificado de defunción.	Se otorga un certificado de defunción un tríplico de todos los servicios de "Pet Memorial Cementery", por si un futuro desea repetir el servicio.	5'

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Tabla N. 37.

Procedimiento del Servicio Crematorio.

Proceso	Actividades	Tiempo
Requerimiento del servicio	Se informa al cliente de todas las condiciones del servicio vía telefónico personal a clientes que lleguen a "Pet Memorial Cementery"	5'
Aceptación del Servicio	La recepcionista pregunta al cliente si quiere que le visiten a su casa a retirar la macota o si el cliente lo trae a las instalaciones.	5'
Notificación del servicio al Gerente.	En el caso de que el cliente solicite se retire el cadáver se procede a su hogar por el mismo.	10'
Recepción de la mascota	Se recibe a la mascota y sus familiares para iniciar con el proceso de cremación.	10'
Refrigerio	Se procede a dar a los familiares un refrigerio	10'
Proceso de Cremación	Se procede a que los familiares escojan la urna la cual será destinada para las cenizas de la mascota.	5'
Monto del servicio	Procedemos a solicitar el desembolso de dinero por el servicio, para proceder a la cremación	5'
Cremación de la mascota	Una vez ya pagado el servicio crematorio y escogida la el mausoleo donde se ubicara las cenizas de la mascota procedemos a cremarla	60'
Entrega de la urna	Procedemos a entregar la urna con las cenizas del cadáver y a gravar la placa en la misma con los deseos de sus familiares	5'
Certificado de defunción.	Se otorga un certificado de defunción un tríptico de todos los servicios de "Pet Memorial Cementery", por si un futuro desea repetir el servicio.	5'

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

4.06. Cuadro de Activos

Tabla N. 38.

Cuadro de Activos

ACTIVO FIJO	MODELO	CANT	V. UNIT	V. TOTAL	TOTAL BRUTO
Construcción		1	\$30.000,00	\$30.000,00	
Terreno		1	\$80.000,00	\$80.000,00	
Camioneta año 2012	Chevrolet Dimax 4*4	1	\$15.000,00	\$15.000,00	
TOTAL ACTIVO FIJO				\$125.000,00	\$125.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS					
Horno Crematorio	"Powerfire"	1	\$15.000,00	\$15.000,00	
Tanque de Gas		1	\$120,00	\$120,00	
Extintores		2	\$250,00	\$500,00	
Contenedor Desechos Peligrosos		1	\$450,00	\$450,00	
Palas		2	\$70,00	\$140,00	
Picos		2	\$35,00	\$70,00	
Cuerda con arnés	8 m/m Semirrígida	2	\$150,00	\$300,00	
Rastrillo		1	\$25,00	\$25,00	
Manguera	30 metros	2	\$45,00	\$90,00	
Podadora		1	\$15,00	\$15,00	
Tijeras de jardinería		2	\$35,00	\$70,00	
Grabador de metales		1	\$500,00	\$500,00	
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO				\$17.280,00	\$17.280,00

MUEBLES Y ENSERES					
Escritorio		4	\$170,00	\$680,00	
Silla giratoria		4	\$40,00	\$160,00	
Silla		5	\$20,00	\$100,00	
Sillones de espera		1	\$200,00	\$200,00	
Mueble de oficina		1	\$120,00	\$120,00	
Archivador		3	\$60,00	\$180,00	
TOTAL MUEBLES Y ENSERES				\$1.440,00	\$1.440,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN					
Computadora	Cori 3	4	\$600,00	\$ 2.400,00	
Impresora	Canon	2	\$85,00	\$ 170,00	
D-link	Reuter	1	\$85,00	\$85,00	
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN				\$2.655,00	\$2.655,00
EQUIPO DE OFICINA					
Teléfono		4	\$50,00	\$200,00	
Calculadora		4	\$30,00	\$120,00	
Perforadora		4	\$3,00	\$12,00	
Grapadora		4	\$3,00	\$12,00	
TOTAL EQUIPO DE OFICINA				\$344,00	\$344,00
TOTAL ACTIVOS					\$146.719,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Capítulo V: Estudio Financiero

Mediante este capítulo demostraremos la factibilidad de la creación de “Pet Memorial Cemetery”, con el desglose del estudio financiero.

5.01. Ingresos

De la misma manera que calculamos la oferta -demanda, para este caso obtenemos la cuota de mercado, estableciendo los ingresos operacionales de acuerdo a los servicios y la venta de los, estos ingresos promedios de la comercialización de un servicio con una tasa de inflación del 4,14%, y del PIB servicios 1,52% datos obtenidos del Banco Central.

Tabla N. 39.

Ingresos

Servicio Funerario		Servicio Crematorio	
Concepto	Valor	Concepto	Valor
COSTO REAL	\$ 284,160.00	COSTO REAL	\$ 213,120.00
35% UTILIDAD	\$ 99,456.00	35% UTILIDAD	\$ 74,592.00
P.V.P	\$ 400.00	P.V.P	\$ 300.00
Ingresos Mensuales	32,000.00	Ingresos Mensuales	30,000.00
Ingresos Anuales	\$ 384,000.00	Ingresos Anuales	\$ 360,000.00

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Tabla N. 40.

Ingresos Proyectados.

INGRESOS PROYECTADOS			
Año	Ingreso Actual	Tasa de Crecimiento del sector 1,52%	Ingreso Proyectado
año base 2015	\$ 744,000.00		\$ 744,000.00
2016	\$ 744,000.00	1.0152	\$ 755,308.80
2017	\$ 755,308.80	1.0152	\$ 766,789.49
2018	\$ 766,789.49	1.0152	\$ 778,444.69
2019	\$ 778,444.69	1.0152	\$ 790,277.05
2020	\$ 790,277.05	1.0152	\$ 802,289.26

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

5.02. Costos

En esta parte en la cual se reflejan los costos relacionados con el desarrollo del servicio que ofrecerá “Pet Memorial Cementery”, entendiéndose como el gasto económico que representa, el servicio como tal.

5.02.01. Costo de Ventas

Son todos aquellos que comprenden la misma relación con las ventas del servicio es decir el desarrollo del de la empresa, como es el caso de la publicidad en este proyecto.

Tabla N. 41.

Costo de Ventas

Costo del Servicio Funerario

Descripción	Unidades	Costo	Mensual	Anual
Ataúd	80	\$ 155.00	\$ 12,400.00	\$ 148,800.00
Lapida	80	\$ 85.00	\$ 6,800.00	\$ 81,600.00
Placa metálica	80	\$ 20.00	\$ 1,600.00	\$ 19,200.00
Transporte	80	\$ 15.00	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
Otros	80	\$ 21.00	\$ 1,680.00	\$ 20,160.00
Total	-	<u>\$ 296.00</u>	<u>\$ 23,680.00</u>	<u>\$ 284,160.00</u>
UTILIDAD	\$ 0.35	\$ 103.60	\$ 399.60	
PVP	<u>80.00</u>	<u>400.00</u>	<u>\$ 32,000.00</u>	<u>\$ 384,000.00</u>

Servicio de Cremación

Descripción	Unidades	Costo	Mensual	Anual
Cremación	80	\$ 142.00	\$ 11,360.00	\$ 136,320.00
Urna	80	\$ 50.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00
Placa metálica	80	\$ 15.00	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
Transporte	80	\$ 15.00	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
Total	-	<u>\$ 222.00</u>	<u>\$ 17,760.00</u>	<u>\$ 213,120.00</u>
UTILIDAD	\$ 0.35	\$ 77.70	\$ 299.70	
PVP	<u>80.00</u>	<u>\$ 300.00</u>	<u>\$ 24,000.00</u>	<u>\$ 288,000.00</u>

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Tabla N. 42.

Costo Total

Descripción	Unidades	Costo	Mensual	Anual
Servicio Funerario	80	\$ 296.00	\$ 23,680.00	\$ 284,160.00
Servicio Crematorio	80	\$ 222.00	\$ 17,760.00	\$ 213,120.00
<u>Costo Total.</u>	-	<u>\$ 518.00</u>	<u>\$ 41,440.00</u>	<u>\$ 497,280.00</u>

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis

Se puede ver que costo de venta del servicio de funeraria es de \$ 23680,00 mensual, y del servicio Crematorio es de \$17.760, esto es por la compra de los productos, la microempresa, generando un costo total mensual de \$ 41.440,00 mensuales, y \$497.280,00Anuales

Gastos.

Son aquellos desembolsos que se usan para cubrir obligaciones, relacionadas con la venta o ejecución del servicio.

5.02.02. Gastos Administrativos

Estos son los desembolsos, los cuales gestionan correcto funcionamiento de la empresa, tales como: materiales y útiles de oficina, lo administrativo como, equipos de oficina maquinas muebles, sueldos, servicios básicos, entre otros.

Tabla N. 43.

Gastos Administrativos

Gastos del Personal

Concepto	Cant	Sueldo mensual	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Gerente.	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 100,00	\$ 29,50	\$ 100,00	\$ 1.429,50	\$ 17.154,00
Secretaria	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 442,50	\$ 5.310,00
Vendedor	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 29,50	\$ 37,50	\$ 554,50	\$ 6.654,00
Contador	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 29,50	\$ 58,33	\$ 846,17	\$ 10.154,00
Trabajador 1	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 442,50	\$ 5.310,00
Trabajador 2	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 442,50	\$ 5.310,00
TOTAL	6	\$ 3.412,00	\$ 3.412,00	\$ 284,33	\$ 177,00	\$ 284,33	\$ 4.157,67	\$ 49.892,00

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Tabla N. 44.

Material Aseo y Limpieza.

Descripción	Cant anual	Costo unitario	Costo anual
Escoba	8	\$ 5,00	\$ 40,00
Recogedor	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Trapeador	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Desinfectante	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Cloro	12	\$ 4,00	\$ 48,00
Ambiental	12	\$ 5,00	\$ 60,00
TOTAL		\$ 25,00	\$ 237,00

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Tabla N. 45.

Suministros de Oficina.

Descripción	Cant anual	Costo unitario	Costo anual
Resma de papel	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Block de facturas	5	\$ 30,00	\$ 150,00
Libretas	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Lápices	32	\$ 0,50	\$ 16,00
Bolígrafos	32	\$ 0,75	\$ 24,00
Grapadoras	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Clips	6	\$ 1,00	\$ 6,00
TOTAL		\$ 40,25	\$ 252,00

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Tabla N. 46.

Proyección de Gastos Administrativos

PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS							
Descripción	2015 Año Base	Valor para la Proyección Inflación 4,14%	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Personal	\$ 39,272.00	1.0414	\$ 40,897.86	\$ 42,591.03	\$ 44,354.30	\$ 46,190.57	\$ 48,102.86
Material de Aseo y	\$ 237.00	1.0414	\$ 246.81	\$ 257.03	\$ 267.67	\$ 278.75	\$ 290.29
Suministros de Ofici	\$ 252.00	1.0414	\$ 262.43	\$ 273.30	\$ 284.61	\$ 296.39	\$ 308.67
TOTAL PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVO.			\$ 41,407.11	\$ 43,121.36	\$ 44,906.58	\$ 46,765.72	\$ 48,701.82

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Gastos De Ventas.

Son desembolsos hechos para la comercialización de un servicio.

Tabla N. 47.

Gastos de Ventas.

Descripción	Cant	Valor mensual	Valor anual
Material POP	100	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Tarjetas de presentación	100	\$ 10.00	\$ 120.00
Gasolina	10	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Publicidad	1	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
TOTAL		\$ 1,110.00	\$ 13,320.00

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Tabla N. 48.

Proyección Gastos de Ventas.

Proyeccion de Gastos de Ventas							
Descripción	2015 Año Base	Valor para la Proyección Inflación 4,14%	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de ventas	\$ 13,320.00	1.0414	\$ 13,871.45	\$ 14,445.73	\$ 15,043.78	\$ 15,666.59	\$ 16,315.19
Total			\$ 13,871.45	\$ 14,445.73	\$ 15,043.78	\$ 15,666.59	\$ 16,315.19

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

5.02.03. Costos Financieros

Son los intereses que se deben pagar en relación con los capitales obtenidos en préstamo.

5.02.04. Costos Fijos y Variables

Costos Fijos.- Representa los gastos que genera la empresa por el hecho de estar posesionada. Se incurre en este gasto así no produzca y normalmente corresponde a ciertos gastos de administración, depreciación, conservación, entre otros.

Costos Variables.- Representa todos los componentes del costo total exceptuando al costo fijo, por ejemplo: materias primas, combustible, entre otros

5.03. Inversiones

La inversión es el capital inicial, o los recursos necesarios que se colocan en un proyecto o iniciativa empresarial con el fin de dar inicio a sus actividades, con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que genere ganancia. (Guevara, 2015)

5.03.01. Inversión Fija

La inversión fija es el conjunto de recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto, Se llama fija porque el proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que se perjudique la empresa. Estos recursos tienen una vida útil mayor a un año y se deprecian, estos recursos son maquinaria, equipos muebles, vehículos, edificio, entre otros. (Guevara, 2015)

5.03.01.01. Activos Fijos

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006), dice que el activo fijo es el conjunto de bienes que son propiedad de la empresa. Es llamado fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasiona problemas a sus actividades productivas.

Tabla N. 49.

Inversión de Activos Fijos

Activos Fijos	USD \$
Construcción	\$30.000,00
Terrenos	\$80.000,00
Vehículos	\$15.000,00
Maquinaria	\$17.280,00
Muebles y Enceres	\$ 1.440,00
Equipo de Computación	\$ 2.655,00
Equipo de Oficina	\$ 344,00
Total	\$ 146.719,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

5.03.01.02. Activos Nominales Diferidos

Conocidos como los bienes tangibles de propiedad de la empresa, los cuales son de uso necesario para su funcionamiento. Es aquel desembolso económico que se utiliza para la documentación de los requisitos de constitución, permisos de funcionamientos.

Tabla N. 50.

Activos Nominales Diferidos.

Gastos de Constitución	\$2.000,00
Estudio de Factibilidad	\$ 300,00
Total	\$2.300,00

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

5.03.02. Capital de Trabajo

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006), se refiere al capital del trabajo, desde el punto de vista contable, como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante; desde el punto de vista práctico, es el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido), con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa. El Capital de Trabajo es el monto económico con el cual las empresas cubren la brecha existente entre el arranque de las operaciones y el inicio de la captación de las ganancias que éstas generan.

Tabla N. 51.

Capital de Trabajo

Inventario mercaderías	\$ 36.080,00
Gasto Administrativo	\$ 4.198,42
Gasto de Ventas	\$ 2.000,00
Servicios Básicos	\$ 300,00
Mantenimiento	\$ 80,00
Suministros Oficina	\$ 252,00
Suministros limpieza	\$ 237,00
Total capital de Trabajo	\$ 43.147,42

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis

La tabla da a conocer los recursos que requiere la microempresa para poder operar el primer mes ,siendo de \$43,147.42 para poder desarrollar sus actividades de manera normal en el corto plazo.

5.03.03. Fuentes de Financiamiento y Usos de Fondos

Se trata de descartar y clasificar en categorías adecuadas el origen y destino de todos los recursos financieros en las etapas de ejecución y operación del proyecto. El cuadro debe permitir la estimación de las disponibilidades anuales restantes, indicando las asignaciones que se puedan hacer a rubros como servicios de préstamos, pago de dividendos y constitución de reservas, de acuerdo con la política financiera que se proponga para la empresa responsable del proyecto. (Social, 1988).

Tabla N. 52.

Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.

Inversiones en Activos Fijos	1,46719,00	
Activos Diferidos	2.300,00	
Capital De Trabajo	43147,42	
Total	300.048,00	
Recursos Propios	124.306.42	65%
Recursos Financiados	67.860,00	35%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis

Como podemos observar el cuadro nos refleja los recursos económicos que tiene “Pet Memorial Cementery”, para desarrollar su servicio, estando financiado el 35%, y el restante 65% como recurso propio.

5.03.04. Amortización De Financiamiento (Tabla De Amortización)

La tabla de amortización es un despliegue completo de los pagos de \$7.898,88 que deben hacerse hasta la extinción de la deuda que es a un plazo 2 años.

Tabla N. 53.

Tabla de Amortización

Inversión	100%	192.166,42
Cap. Propio	45%	124.306,42
Financiamiento	35%	67.860,00
Plazo	2	Años
Interés	11.23 %	
Pagos	Semestral	

Tabla de Amortización del Préstamo

Años	Periodos	Capital (Monto)	Interes	Cuotas	Capital	Saldo
2015(Año E	\$ 0,00	\$ 67.860,00				\$ 67.860,00
2016	\$ 1,00	\$ 67.860,00	\$ 3.810,34	\$ 16.965,00	\$ 20.775,34	\$ 50.895,00
	\$ 2,00	\$ 50.895,00	\$ 2.857,75	\$ 16.965,00	\$ 19.822,75	\$ 33.930,00
2016	\$ 3,00	\$ 33.930,00	\$ 1.905,17	\$ 16.965,00	\$ 18.870,17	\$ 16.965,00
	\$ 4,00	\$ 16.965,00	\$ 952,58	\$ 16.965,00	\$ 17.917,58	\$ 0,00
		Cuota de pago	\$ 16.965,00			

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Como podemos en la tabla de amortización del préstamo, trabajáremos con una tasa de 11.23, cotización de la Cooperativa Cooprogreso, donde las cuotas serán de pago de \$ 16965,00, semestral, para al cabo de dos años finiquitar la deuda.

Tabla N. 54.

Amortizaciones Diferidas.

AMORTIZACION DEL DIFERIDO							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL DEL PROYEC TO	2015	2016	2017	2018	2019
Estudio de Factibilidad	\$ 300.00	5	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00
Gastos de Constitución	\$ 2,000.00	5	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00
TOTAL AMORTIZACION DEL DIFERIDO			\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

5.03.05. Tabla de Depreciaciones

Esta da a conocer la depreciación anual por los bienes fijos adquiridos por la microempresa por ejemplo: edificios, equipos, muebles, vehículos, entre otros

Tabla N. 55.

Depreciaciones

Depreciaciones							
Descripcion	Valor	Vida Util Proyecto	2016	2017	2018	2019	2020
Construccion	\$ 30.000,00	5	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Vehiculo	\$ 15.000,00	5	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Maquinaria y Equipo	\$ 17.280,00	5	\$ 3.456,00	\$ 3.456,00	\$ 3.456,00	\$ 3.456,00	\$ 3.456,00
Equipo de Oficina	\$ 344,00	5	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80	\$ 68,80
Muebles y Enseres	\$ 1.440,00	5	\$ 288,00	\$ 288,00	\$ 288,00	\$ 288,00	\$ 288,00
Equipo de Computaci	\$ 2.655,00	5	\$ 531,00	\$ 531,00	\$ 531,00	-	-
TOTAL DEPRECIACIONES			\$ 13.343,80	\$ 13.343,80	\$ 13.343,80	\$ 12.812,80	\$ 12.812,80

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

5.03.06. Estado De Situación Inicial

Llamado también balance general, estado de situación financiera, cuyo objetivo es dar a conocer la situación financiera de la empresa, en otras palabras como está llevando los recursos de la misma.

Tabla N. 56.

Estado de Situación Financiera

**" PET MEMORIAL CEMENTERY"
ESTADO DE SITUACION INICIAL**

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
CAJA BANCOS	\$ 43.147,42	CUENTAS POR PAGAR	\$ -
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 43.147,42	TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -
ACTIVO NO CORRIENTE		PASIVO LARGO PLAZO	
CONSTRUCCION	\$ 30.000,00	PRESTAMO L/P	\$ 57.860,00
TERRENO	\$ 80.000,00	TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 57.860,00
VEHICULO	\$ 15.000,00	TOTAL PASIVO	\$ 57.860,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 17.280,00	CAPITAL CONTABLE	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.440,00	CAPITAL	\$ 134.306,42
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 2.655,00	TOTAL CAPITAL CONTABLE	\$ 134.306,42
EQUIPO DE OFICINA	\$ 344,00		
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 146.719,00		
OTROS ACTIVOS			
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 2.000,00		
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 300,00		
TOTAL DE OTROS ACTIVOS	\$ 2.300,00		
TOTAL ACTIVO	\$ 192.166,42	TOTAL PASIVO Y CAPIT CONT	\$ 192.166,42

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis

La tabla no demuestra que tenemos \$192.166,42, siendo con lo que cuenta la empresa para desarrollar su servicio.

5.03.07. Estado De Resultados Proyectados (cinco años)

El estado de resultados es un estado financiero en el cual presentamos información, de las operaciones desarrolladas por la empresa en un periodo determinado. En él se realiza un enfrentamiento entre los ingresos de un periodo con

los gastos generados en ese mismo periodo lo que da como resultado una utilidad o una pérdida. (Guevara, 2015)

Para el caso del presente proyecto, es necesario determinar el estado de resultados proyectado para cinco años que es la vida útil del proyecto.

Tabla N. 57.

Estado de Resultados Proyectados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DEL 2015 AL 2020						
DESCRIPCION	2015 (AÑO BASE)	2016	2017	2018	2020	
VENTAS	744000.00	\$ 755,308.80	\$ 766,789.49	\$ 778,444.69	\$ 802,289.26	
(-) COSTOS DE PRODUCCION		\$ 504,241.92	\$ 511,301.31	\$ 518,459.53	\$ 533,078.01	
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 41,407.11	\$ 43,121.36	\$ 44,906.58	\$ 48,701.82	
(-) GASTOS DE VENTAS		\$ 13,871.45	\$ 14,445.73	\$ 15,043.78	\$ 16,315.19	
(-) DEPRECIACIONES		\$ 13,343.80	\$ 13,343.80	\$ 13,343.80	\$ 12,812.80	
(-) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO		\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 181,984.53	\$ 184,117.30	\$ 186,231.01	\$ 190,921.45	
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 181,984.53	\$ 184,117.30	\$ 186,231.01	\$ 190,921.45	
(-) 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES		\$ 27,297.68	\$ 27,617.60	\$ 27,934.65	\$ 28,638.22	
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 154,686.85	\$ 156,499.71	\$ 158,296.36	\$ 162,283.23	
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 34,031.11	\$ 34,429.94	\$ 34,825.20	\$ 35,702.31	
(=) UTILIDAD NETA		\$ 120,655.74	\$ 122,069.77	\$ 123,471.16	\$ 126,580.92	

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis

La tabla del estado de resultados proyectados da a conocer la utilidad del ejercicio lo cual es muy importante proyectarlo al tiempo que la microempresa lo interpreto en lo cual partimos con las ventas de \$744.000,00 proyectamos por el 1.52% que es la tasa de crecimiento del sector, por cada año, también al costo de ventas \$ 497.280,00 lo proyectamos con el valor de la inflación 4,14% ya que la inflación incurre el costo de los productos que la microempresa va ofertar.

5.03.08. Flujo de Caja

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuara sobre los resultados que en ella se determinen. Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas. (VALDA, 2013, pág. 107)

Tabla N. 58.

Flujo de Caja Proyectado.

" PET MEMORIAL CEMENTERY"

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DEL 2015 AL 2020						
DESCRIPCION	2015 (AÑO BASE)	2016	2017	2018	2020	
VENTAS	744000.00	\$ 755,308.80	\$ 766,789.49	\$ 778,444.69	\$ 802,289.26	
(-) COSTOS DE PRODUCCION		\$ 504,241.92	\$ 511,301.31	\$ 518,459.53	\$ 533,078.01	
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 41,407.11	\$ 43,121.36	\$ 44,906.58	\$ 48,701.82	
(-) GASTOS DE VENTAS		\$ 13,871.45	\$ 14,445.73	\$ 15,043.78	\$ 16,315.19	
(-) DEPRECIACIONES		\$ 13,343.80	\$ 13,343.80	\$ 13,343.80	\$ 12,812.80	
(-) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO		\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 181,984.53	\$ 184,117.30	\$ 186,231.01	\$ 190,921.45	
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 181,984.53	\$ 184,117.30	\$ 186,231.01	\$ 190,921.45	
(-) 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES		\$ 27,297.68	\$ 27,617.60	\$ 27,934.65	\$ 28,638.22	
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 154,686.85	\$ 156,499.71	\$ 158,296.36	\$ 162,283.23	
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 34,031.11	\$ 34,429.94	\$ 34,825.20	\$ 35,702.31	
(=) UTILIDAD NETA		\$ 120,655.74	\$ 122,069.77	\$ 123,471.16	\$ 126,580.92	
(+) DEPRECIACIONES		\$ 13,343.80	\$ 13,343.80	\$ 13,343.80	\$ 12,812.80	
(+) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO		\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	
(-) AMORTIZACION DE LA DEUDA		\$ (40,598.09)	\$ (36,787.75)			
(-) COMPRA DE ACTIVO FIJO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(-) INVERSION	\$	(192,166.42)				
(-) CAPITAL DE TRABAJO	\$	(43,147.42)				
DEUDA	\$	67,860.00				
DEPOSITO DE GARANTIA	1000					
(+) VALOR DE DESECHO					\$ -	
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	\$	(166,453.84)	\$ 93,861.45	\$ 99,085.82	\$ 137,274.96	\$ 139,853.72

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

5.04. Evaluación

Esta parte se propone describir los métodos actuales que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anota las limitaciones de aplicación y son comparados con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica. (URBINA, 2006, pág. 112)

5.04.01. Tasa De Descuento

La tasa de descuento tiene por objeto traducir a un valor presente los costos y beneficios que resultaran del proyecto en el futuro. Ello se basa en dos supuestos: i) los individuos prefieren recibir los beneficios ante, y ii) los recursos que se invierten hoy en proyectos alternativos generan beneficios en el futuro. (SALAZAR PICO, 2010)

Tabla N. 59.

Tasa de Descuento (TMAR)

Concepto	Porcentaje
Tasa Activa	11,23%
(+) Tasa Pasiva	5,54%
TMAR	16,77%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

5.04.02. VAN (Valor Actual Neto)

El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (URBINA, 2006, pág. 116)

Tabla N. 60.

Valor Actual Neto

TMAR O TASA DE DESCUENTO		16.77%
INVERSION	\$	(192,166.42)
AÑO 2015	\$	93,861.45
2016	\$	99,085.82
2017	\$	137,274.96
2018	\$	138,482.99
2019	\$	139,853.72
VAN	\$	159,293.39

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis

Esta función calcula el valor actual neto que es de \$159.293,39, que determinar la rentabilidad de la inversión de la microempresa y como lo indica que cualquier inversión cuyo VAN sea mayor que cero es rentable por lo cual el proyecto es factible.

5.04.03. Tasa Interna De Retorno (TIR)

El método de la tasa interna de retorno consiste en encontrar la tasa de rendimiento del proyecto. Se puede definir a la tasa interna de retorno como la tasa de interés que equilibra la inversión con sus ingresos y egresos. La tasa interna de retorno es la tasa de interés que hace que el valor presente neto del flujo de dinero sea cero o cercano a cero. (Carrillo Rodríguez & Carrillo Manotas, 2006, pág. 220)

Tabla N. 61.

Tasa Interna de Retorno

INVERSION		\$	(192,166.42)
AÑO 2015		\$	93,861.45
	2016	\$	99,085.82
	2017	\$	137,274.96
	2018	\$	138,482.99
	2019	\$	139,853.72
			50.28%

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis

La tabla da a conocer que la TIR es de 50,28% siendo mayor que la TMAR que es 16,77 % por lo cual el proyecto es viable y con lo cual esta tasa equilibra la inversión, haciendo que el valor presente neto del flujo de dinero sea cero.

5.04.04. PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

Periodo de recuperación de la inversión es el que mide en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo del capital involucrado. (Sapag Chain & Sapag Chain, 1999, pág. 186)

Tabla N. 62.

Período de recuperación de la Inversión (PRI)

Años	Flujos Actuales	Fac.de Actualización	Flujos Actualizados	Flujos Acumulados
2016	\$ 93,861.45	\$ 0.87	\$ 81,484.02	\$ 81,484.02
2017	\$ 99,085.82	\$ 0.75	\$ 74,676.15	\$ 156,160.18
2018	\$ 137,274.96	\$ 0.65	\$ 89,814.61	\$ 245,974.79
2019	\$ 138,482.99	\$ 0.57	\$ 78,656.99	
2020	\$ 139,853.72	\$ 0.49	\$ 68,960.46	

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

\$ 36,006.24 EL VALOR DE LA INVERSION - EL ULTIMO FLUJO

4.81 EL RESULTADO ANTERIOR POR 12 MESES DIVIDIDO PARA EL TERCER AÑO

12.6 COMO YA UTILIZAAMOS LOS 3 MESES SOLO SE TOMA EL ,05 * 30 PARA LOS DIAS

Análisis.

Mediante los calculo realizados se obtuvo que la inversión se recuperar en 2 años, 4 meses, 13 días.

5.04.05. Relación Costo Beneficio (RBC)

Cuando se mide la rentabilidad de proyecto en función de los beneficios directamente logrados por el proyecto y de las inversiones utilizadas aplicadas por el empresario o entidad inversora, se tiene la rentabilidad privada del capital. (Carrillo Rodríguez & Carrillo Manotas, 2006)

Tabla N. 63.

Costo Total

Años 2016	81,484.02
2017	74,676.15
2018	89,814.61
2019	78,656.99
2020	68,960.46
	393,592.23
RC/B	4.39

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Por cada dólar invertido se tiene una utilidad de \$ 4,39, por lo que se tiene un excelente indicador.

5.04.06. Punto De Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y costos variables. (URBINA, 2006, pág. 285)

Para sacar el valor en dólares del punto de equilibrio usamos la siguiente formula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Ventas}}}$$

Tabla N. 64.

Punto de Equilibrio.

PROYECCION DE COSTOS COSTOS ANUALES

CONCEPTO					
COSTOS FIJOS	2106	2017	2018	2019	2020
Depreciación	\$ 13,343.80	\$ 13,343.80	\$ 13,343.80	\$ 12,812.80	\$ 12,812.80
Amort. de inversión diferido	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00
sueldos administrativos	\$ 40,897.86	\$ 43,121.36	\$ 44,354.30	\$ 46,190.57	\$ 48,102.86
Servicios básicos	\$ 2,069.53	\$ 2,137.20	\$ 2,207.09	\$ 2,279.26	\$ 2,353.79
Total costos fijos	\$ 56,771.19	\$ 59,062.36	\$ 60,365.19	\$ 61,742.63	\$ 63,729.45
Costos variables					
Gastos de Ventas	\$ 13,871.45	\$ 14,445.73	\$ 15,043.78	\$ 15,666.59	\$ 16,315.19
total costo variable	\$ 13,871.45	\$ 14,445.73	\$ 15,043.78	\$ 15,666.59	\$ 16,315.19
VENTAS	\$ 755,308.80	\$ 766,789.49	\$ 778,444.69	\$ 790,277.05	\$ 802,289.26
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 57,833.32	\$ 60,196.42	\$ 61,554.76	\$ 62,991.38	\$ 65,052.34

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

Análisis.

Como el cuadro lo demuestra en el año 2016 nuestro punto de equilibrio es de \$ 57.833,32, en el año 2017 de \$ 60.196,42, en el año 2018 de \$ 61.554,76, en el año 2019 de \$ 63,103.34, y en el último año 2020 es de \$65.171,01

Tabla N. 65.

Cuadro Explicativo

VENTAS	744.000,00
Costo Variable Unitario	13.871,45
Margen de Contribución	730.128,55
Costos Fijos	56.771,19
Utilidad / Pérdida	673.357,36

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

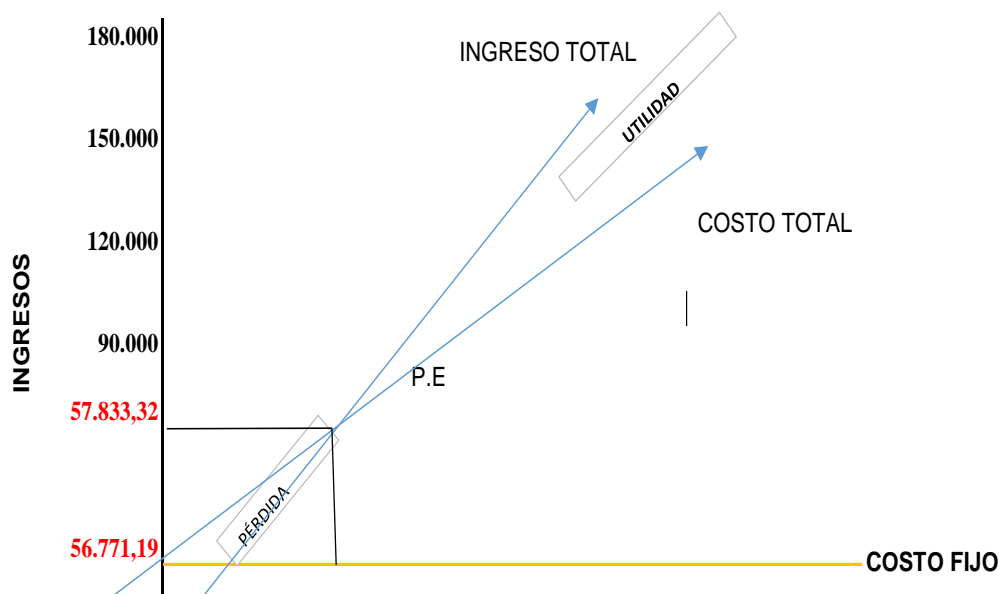


Figura N. 33. Punto de Equilibrio

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Jaime Giovanni Cuestas Flores

5.04.07. Análisis De Índices Financieros

El análisis de indicadores es el cálculo de índices a partir de datos obtenidos de estos estados para identificar posibles fortalezas o debilidades financieras. Una versión de los índices financieros clave le puede ayudar a evaluar la situación general de una empresa e identificar algunas áreas problemáticas. (Lily Solano Arévalo, 2005)

5.04.07.01. Razones de Apalancamiento.

Mide el grado o la forma en que los activos de la empresa han sido financiados, considerando tanto el endeudamiento con terceros como la contribución de los propietarios.

5.04.07.01.01. Razón de Endeudamiento.

Estima el grado o proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por medio de deuda.

Razón de endeudamiento	=	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$
Razón de endeudamiento	=	$\frac{\$ 67,860.00}{\$ 192,166.42}$
Razón de endeudamiento	=	\$ 0.35
Razón de endeudamiento	=	35.31%

Análisis.

Como vemos en nivel de endeudamiento del activo total con deuda es del 35.11%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

5.04.07.01.02. *Razón de Apalancamiento Externo.*

Mide la relación entre el uso del endeudamiento como forma de financiamiento y el uso de los fondos de los propietarios.

$$\text{Razón de apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital Contable Total}}$$

$$\text{Razón de apalancamiento} = \frac{\$ 67,860.00}{\$ 124,306.42}$$

$$\text{Razón de apalancamiento} = \$ 0.55$$

Análisis.

La relación entre el endeudamiento y los fondos propios es de 0.55%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

5.04.07.01.03. *Razón de Apalancamiento Interno.*

Representa cuantos dólares han sido aportados al financiamiento de la inversión por parte de los propietarios, por cada dólar tomado por terceros.

$$\text{Razón de apalancamiento interno} = \frac{\text{Capital Contable Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Razón de apalancamiento interno} = \frac{\$ 124,306.42}{\$ 67,860.00}$$

$$\text{Razón de apalancamiento interno} = \$ 1.83$$

Análisis.

Por cada dólar tomado de terceros, los propietarios han puesto 1.83 dólares.

5.04.07.02. Razones de Actividad o de gerencia.

Miden la efectividad de la actividad empresarial. Las de actividad a calcular son rotación de activo fijo y del activo total

5.04.07.02.01. Rotación de Activo Fijo.

Mide la relación existente entre el monto de los ingresos y el de la inversión en activos fijos.

$$\begin{aligned} \text{Rotación de activo fijo} &= \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}} \\ \text{Rotación de activo fijo} &= \frac{\$ 755.308.,80}{\$ 146.719,00} \\ \text{Rotación de activo fijo} &= \$ 5,15 \end{aligned}$$

Análisis.

La rotación del proyecto es de 5,15; lo que indicara que la empresa está generando ingresos equivalentes a 5.15 veces, es decir 5 veces la inversión en activos fijos.

5.04.07.02.02. Rotación de Activo Total.

Mide la relación entre el monto de los ingresos y la inversión total.

$$\begin{aligned} \text{Rotación de activo fijo} &= \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}} \\ \text{Rotación de activo fijo} &= \frac{\$ 755,308.80}{\$ 192,166.42} \\ \text{Rotación de activo fijo} &= \$ 3.93 \end{aligned}$$

Análisis.

La rotación del proyecto indica que la empresa genera ingresos equivalentes a 4 veces la inversión del activo total.

5.04.07.03. Razones de Rentabilidad.

Mide la capacidad de la empresa de generar utilidades a partir de los recursos disponibles.

5.04.07.03.01. Margen de Utilidad Neta

Mide el porcentaje que les queda a los accionistas o propietarios

$$\begin{aligned} \text{Margen utilidad neta} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \\ \text{Margen utilidad neta} &= \frac{\$ 120,655.74}{\$ 755,308.80} \\ \text{Margen utilidad neta} &= \$ 0.16 \end{aligned}$$

Análisis.

El porcentaje que les queda a los socios para operar la empresa es del 0.16%.

5.04.07.03.02. ROA (Retorno Sobre Los Activos)

Mide el rendimiento que se obtiene sobre la inversión.

$$\begin{aligned} \text{ROA} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo total}} \\ \text{ROA} &= \frac{\$ 123.512,26}{\$ 192.166,42} \\ \text{ROA} &= \$ 0,64 \end{aligned}$$

Análisis

El rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es del 0,64%, lo que significa que el activo genera una buena rentabilidad.

5.04.07.03.03. ROE (Retorno Sobre El Patrimonio)

Mide la rentabilidad que se obtiene sobre la empresa.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable Total}}$$

$$\text{ROE} = \frac{\$ 120,655.74}{\$ 124,306.42}$$

$$\text{ROE} = \$ 0.97$$

Análisis

La rentabilidad sobre la inversión es del 0.97%, lo que quiere decir que el capital contable crecerá.

Capítulo VI: Análisis de Impacto

El termino impacto se aplica a la alteración que introduce una actividad humana en su “entorno”, interpretada a términos de “salud y bienestar humano” o, más genéricamente, de calidad de vida de la población; por entorno se entiende la parte del medio ambiente (en términos de espacios y de factores) afectada por la actividad o, más ampliamente, que interacciona con ella. (Domingo Gómez & Gómez Villarino, 2013)

6.01. Impacto Ambiental

Con relación a efectos con el medio ambiente, el presente proyecto se encuentra en zona neutral, debido a que el presente servicio tendrá la gran responsabilidad con la sociedad en cuanto a efectos contaminantes, tomando las correspondientes medidas, para en caso de crear efectos contaminantes se los pueda mitigar de la siguiente manera.

En primer lugar los desechos que se generes con la maquinaria que se utilizara en la cremación y funeraria de las mascotas, serán almacenados de la manera más higiénica posible.

Todos los desperdicios que se generes mediante la prestación del servicio y otros serán clasificados a tal manera de reciclar, Papel, Vidrio, Plástico, Cartones, en botes de basura previamente seleccionados.

Evitar al máximo contaminar el aire y agua con desechos que puedan solidificarse en maquinarias.

6.02. Impacto Social

El impacto social predomina en la creación de nuevas empresas de Bienes y Servicios, como es este caso la implementación del servicio funerario y crematorio a través de "Pet memorial Cemetery", dando y generando fuentes de empleo, dando oportunidad a las personas de involucrarse con el negocio y así aporten con ideas que mejoren el día a día del proyecto, a tal punto que generando un nivel de salubridad adecuado entre los habitantes del sector como de la misma empresa.

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

Como principal reseña, concluimos que el proyecto de creación del cementerio-mausoleo, para mascotas “Pet Memorial Cementery”, es confiablemente factible, los estudios realizados han demostrado márgenes de rentabilidad, muy considerables para invertir.

La demanda en este tipo de servicio, más se genera en el sector económico de la sociedad, con nivel de vida medio y alto del sector norte de Quito Parroquia Cotocollao, consideran a las mascotas como un miembro más de su familia, razón por la cual no les molesta desembolsar sumas de dinero, como lo demuestra la encuesta un 70,4 % de las persona trimestralmente gastan en el cuidado de sus mascotas, aprovechando esta situación “Pet Memorial Cementery”, es donde actuara con todo su oferta afín de cubrir la necesidad de estos clientes potenciales.

Mediante la investigación de mercado se determinó que la población de esta ciudad, tiene la predisposición de adquirir los servicios de “Pet Memorial Cementery”, ya que hoy en día es problemática de todos ,el no saber qué hacer con las mascotas fallecidas, mediante una idea tanto beneficiosa para los dueños del servicio como para la sociedad en general ya que disminuirá los problemas de insalubridad que muchas veces las mascotas generaban por el mal uso de su cadáver a cargo de sus dueños, los cuales optaban por deshacerse de la manera más fácil, esto

se ve sustituido por un lugar donde descansaran dignamente, bajo controles sanitarios correspondientes.

El impacto social causado por “Pet Memorial Cementery”, revelara una gran importancia, cambiando el mal hábito de las personas al botar las mascotas fallecidas a condiciones insalubres por un lugar adecuado y bajo estándares de salubridad.

El proyecto está dentro de un impacto moderado, basado en la calidad del servicio de inhumación de cuerpos de los animales y la responsabilidad en el manejo ambiental que rodea la sociedad. Lo que compete con el impacto indirecto, no generara problemas debido a que el área no es tan grande y contara con un ecosistema plena y puro para la purificación del aire.

Se concluye que:

- Su impacto es casi nulo.
- La zona no se verá afectada, por actividades de construcción, que se generes al momento del levantamiento de “Pet Memorial Cementery”
- La apertura del Cementerio-Mausoleo para mascotas, generara fuentes de empleo, a más de ayudar a limpiar las calles de la insalubridad que causan las macotas fallecidas.

7.02. Recomendaciones

El mercado se lo debe segmentar, transparentemente, a fin de dar un buen uso sobre la información que se genera, hacia la adecuación o incorporación del servicio que se incorporara.

Es recomendable. Establecer una campaña publicitaria netamente agresiva, la cual se poseione en la mente de los clientes, generándoles un auto consumismo, y así lograr acaparar el mercado.

Gracias a los positivos que fueron los resultados del estudio financiero es recomendable invertir en una empresa de esta índole, pues no solo satisface el mercado si no la tan esperada rentabilidad de los inversionistas.

La promoción es otro de los factores claves del proyecto, es por esto que se recomienda la preparación de una campaña promocional ya que el servicio es nuevo en el sector por lo que se busca la atracción de la mayor cantidad posible de clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Anaya, J. (2011). *Logística Integral: La gestión Operativa de la Empresa* (4ta ed.). Madrid: Esic.
- Arias, D. (2008). *Gerencia Financiera*. Medellín. Colombia: Remington.
- Banco Central, (2014). <http://www.bce.fin.ec/>. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/>.
- Baca, U.G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. (4ta. ed.). Mexico, D.F.: Mc Graw-Hill.
- BLACKWELL, Roger D. et al. (2001). *Comportamiento del Consumidor*. (9a ed.). México: Ed. Thomson.
- Benguichea, B. P. (2011). *Diccionario de Marketing*. Cultural S.A.
- Camino, J., & Rúa, M. (2012). *Dirección de Marketing Fundamentos y Aplicaciones*. (1ª ed.). España: Esic.
- Chain, N. S. (2007). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación* (1a ed.). México: Pearson Educación.
- Díaz, J. C. (2004). *Gestión de la Comunicación en las organizaciones*. ARIEL S.A.
- Diez de Castro, E. C., & Landa Bercebal, J. (2002). *Marketing Investigación Comercial*. MADRID: EDICIONES PIRAMIDE.
- Domingo Gomez & Gomez Villarino. (2013).
- Ferrel, O.C. y Michael, D.H. (2012). *Estrategia de Marketing*. (6a. ed.) . México, D.F.: Cengage Learning Editores, S.A.
- Física Practica, E. y. (2010). Bienes y Servicios.
- Gregorio, J. d. (2012). *Macroeconomía Teoría y Políticas* (1a. ed.). Santiago de Chile: PERSON-EDUCATION.

- HAWKINS, Del I et al. (2004). *Comportamiento del Consumidor. Construyendo estrategias de marketing*. (9a ed). México: Ed. Mc Graw Hill.
- H, F. (2010). *La Inflacion* (1a. ed.). Caracas: Cedic.
- Hunger, J. D. (2007). *Administración Estrategia y Política de Negocios*. (10ª ed.). Pearson Educación.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia*. (8va.ed.). México, D.F.: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Decimocuarta edición. México Pearson Educación
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. (6ta ed.). PEARSON EDUCACION.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principios de Marketing*. Duodécima Edición. Madrid, España: PEARSON EDUCACION S.A.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección del Marketing*. México, D.F. PEARSON EDUCACIÓN.
- Malhotra, N.K. (2004). *Investigación de Mercados*. (4ta. Ed.). México, D.F.: Pearson Educación.
- Miranda. (2003).
- Molins, M. (2008). *Teoría de la Planificación* (2da ed.). Venezuela.
- Morales, C, E. (2008) *Diversidad Cultural y Acceso a la Información* (1ª d.). México, D.f.: Creative Commons.
- Sánchez, J. (2012). *La Tecnología* (2da ed.). Madrid: Tecnológica de Costa Rica.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2003). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Distrito Federal de México: McGraw-Hill Interamericana.

- Seltiz, C., Jahoda, M., Deutsch, M. (1976). *Métodos de Investigación en las Relaciones Sociales*. (8ª. Ed.). Madrid: Rialp.
- Valdivieso, B.M. (2000). *Contabilidad General*. (3a. Ed.). Quito. Nuevo día.
- Villalobos, J.L. (2007). *Matemáticas Financieras*. (3a. Ed.). México. Pearson Educación.
- Wheelen, T.L. & Hunger, J.D. (2007). *Administración estratégica y política de negocios: conceptos y casos*. (10a ed.). México: Pearson Educación.

ANEXOS.

Anexo N. 1

Cronograma de actividades.

Actividad	Año 2015											
	Semanas											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Documentos legales	X	X										
Determinar El punto de venta			X	X								
Selección del personal					X	X						
Capacitación del Personal							X	X				
Contacto con los proveedores									X			
Inventario Eq. De producción										X	X	
Control del desempeño empresarial												X

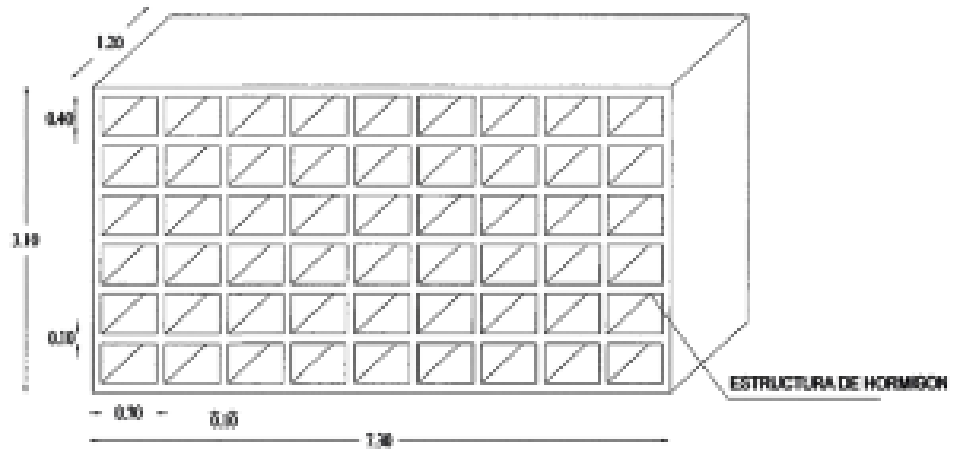
Diseños de urnas de "Pet Memorial Cemetery"



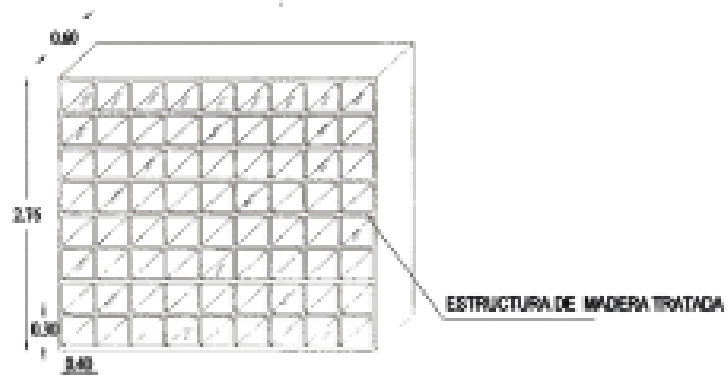
Modelos de lápidas.



VISTA DE NICHOS Y COLUMBARIOS



MODULO TIPO DE NICHOS



MODULO TIPO DE COLUMBARIOS



Inicio Cooprogreso Productos y Servicios Canales Transaccionales Noticias Sucursales Contactos



***NOTA IMPORTANTE - LOS VALORES DESCRITOS EN ESTA TABLA SON VALORES REFERENCIALES YA QUE VALORES Y TASAS SON SUSCEPTIBLE DE CAMBIO**

N° SIMULACIÓN WEB:	#456
TIPO DE OPERACIÓN:	COMERCIAL PYMES
DESTINO:	CAPITAL DE TRABAJO, COMPRA DE ACTIVOS FIJOS
CLIENTE:	JAIME GIOVANNY CUESTAS FLORES
MONTO:	67860 (4000 ~ 200000) dólares
PLAZO (NÚMERO DE MESES):	24 (24 ~ 60) meses
FECHA DESEMBOLSO:	10/01/2015
TIPO DE CUOTA:	<input checked="" type="radio"/> Método Frances (Cuota Fija) Genera dividendos de pagos periódicos iguales cuyos valores de amortización del capital son crecientes en cada período, y los valores de intereses sobre el capital adeudado son decrecientes. <input type="radio"/> Método Aleman (Cuota Variable) Genera dividendos de pagos periódicos decrecientes, cuyos valores de amortización del capital son iguales para cada período, y los valores de intereses sobre el capital adeudados son decrecientes.
	<input type="button" value="Calcular"/> <input type="button" value="Imprimir"/>
	Proceso correcto
TASA DE INTERES NOMINAL:	11.23%
PAGO MENSUAL:	\$3170.06