

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE PRESTE  
SERVICIOS FUNERARIOS –CEMENTERIO PARA MASCOTAS EN LA CIUDAD  
DE BUCARAMANGA**

**MIRIAM JULIO QUINTANA  
CARMEN SOFIA RAMOS SIERRA**



**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2010**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE PRESTE  
SERVICIOS FUNERARIOS –CEMENTERIO PARA MASCOTAS EN LA CIUDAD  
DE BUCARAMANGA**

**MIRIAM JULIO QUINTANA  
CARMEN SOFIA RAMOS SIERRA**

**Proyecto de Grado para optar el título de Profesional en Gestión Empresarial**

**Director  
Ing. ORLANDO GUZMAN LOZANO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2010**

## **DEDICATORIA**

Dedico este triunfo a mi familia, a mi queridísima madre que con su amor, protección y ejemplo de fortaleza me enseñó a luchar siempre por alcanzar mis metas, a mis inigualables hermanos quienes me han apoyado siempre y me animan a seguir adelante en la búsqueda de mis sueños.

Dedico especialmente este logro a Fercho, Dianita y Yuyis quienes con su amor incondicional, apoyo permanente y la paciencia que tuvieron en las tantas horas que tuvimos que sacrificar; estas tres hermosas personas me permitieron culminar este sueño y me motivaron siempre a seguir adelante. Los amo entrañablemente y le agradezco a Dios todos los días por concederme esta hermosa familia.

***Carmen Sofía Ramos Sierra***

Agradezco a mi familia, quienes han sido el eje dinamizador de cada uno de mis proyectos e importantes motivadores para continuar luchando por una mejor calidad de vida, a mi hijo que me acompaña en cada una de mis metas, quien me respalda y llena mi vida de vitalidad, a mis padres porque siempre han aportado en mi crecimiento profesional, porque fueron quienes me formaron con valores éticos y morales que enriquecen cada una de las áreas de mi vida. A mis compañeros de trabajo que han aportado, a través de su apoyo emocional y su confianza en mis capacidades.

***Mirian Julio Quintana***

## **AGRADECIMIENTOS**

Cada logro en la vida, se obtiene porque junto a nosotros se encuentran personas que aportan a nuestra vida semillas de crecimiento y motivación; es para nosotras un orgullo el logro y culminación de esta meta el cual es fruto de nuestro gran esfuerzo y dedicación.

Agradecemos principalmente a Dios, por la vida y porque es el quien con su mano nos lleva cada día de victoria en victoria, dador de sabiduría y conocimiento y quien posibilitó los recursos para materializar nuestros sueños como tecnólogos. Agradecemos a nuestras familias quienes nos han acompañado en las largas noches de desvelo y con su ayuda incondicional nos han estimulado día a día para llegar a la meta. A todas aquellas personas y entidades que de una y otra forma nos han colaborado en la realización de este proyecto.

A la Universidad y todos los tutores que durante estos cinco años, nos han formado a través de sus conocimientos, enseñanzas y experiencias, solamente podemos decir que la inversión intelectual que han realizado a nuestras vidas, la continuaremos alimentando. Al Dr. Orlando Guzmán Lozano por su apoyo e interés por guiarnos en la elaboración de este proyecto, gracias por su valioso aporte.

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
1. GENERALIDADES	27
1.1 Problemática	27
1.2 CONTEXTO DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA	34
1.2.2 Aspectos Legales de Empresas Prestadores de Servicios Fúnebres para mascotas	35
2. ESTUDIO DEL MERCADO	38
2.1 OBJETIVOS	38
2.1.1 Objetivo General	38
2.1.2 Objetivos Específicos	38
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	39
2.2.2. Productos Sustitutos.	42
2.2.3. Productos Complementarios	42
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio.	42
2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	43
2.3.1. Mercado Potencial.	43
2.3.2 Mercado Objetivo.	43
2.4. INVESTIGACION DE MERCADOS	43
2.4.1 La Demanda.	43
2.4.2 La Oferta	77
2.5 RELACION ENTRE DEMANDA OFERTA	78
2.5.1 Demanda Insatisfecha	78
2.6. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	79
2.6.1 Estructura de los canales actuales	79

2.6.2 Ventajas y Desventajas de los canales Actuales	79
2.6.3 Selección de los canales de comercialización	80
2.7 PRECIO	80
2.7.1 Análisis de precio	81
2.7.2. Estrategia de Fijación de Precios	82
2.8 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	82
2.8.1 Objetivos	82
2.8.3 Lema.	83
2.8.4. Análisis de Medios	84
2.8.5 Selección de medios	84
2.8.6 Estrategias publicitarias.	84
2.8.7 Presupuesto de Publicidad y promoción	85
2.9 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	86
3. ESTUDIO TÉCNICO	88
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	88
3.1.1 Descripción del Tamayo del proyecto	88
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.	88
3.1.3 Capacidad Total Diseñada.	90
3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	95
3.2.1 Macrolocalización	95
3.2.2 Microlocalización.	96
3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	100
3.3.1 Ficha técnica del servicio.	100
3.3.2 Descripción técnica del servicio.	102
3.3.4 Control de calidad.	108
3.3.5 Recursos	108
3.3.6 Estudio de proveedores.	115

3.3.7 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	116
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO	121
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	123
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	123
4.1.2 Procedimiento para el funcionamiento.	126
4.2 CULTURA EMPRESARIAL	127
4.2.1 Visión.	127
4.2.2 Misión.	127
4.2.3 Objetivos	127
4.2.4 Políticas	128
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	129
4.3.1 Organigrama.	129
4.3.2 Descripción y perfil de cargos.	130
4.3.3 Asignación salarial.	142
5. ESTUDIO FINANCIERO	145
5.1 INVERSIONES	145
5.1.1 Inversión Fija	145
5.1.2 Inversión Diferida.	148
5.1.3 Inversión de capital de trabajo.	149
5.1.4 Inversión Total.	165
5.1.5 Fuentes de Financiación.	166
5.2 COSTOS	166
5.2.1 Costos Fijos.	166
5.2.2 Costos variables.	167
5.2.3 Costos totales.	169
5.2.4 Precio del servicio.	169
5.3 PROYECCIONES FINANCIERAS	170

5.3.1 Ingresos Proyectados.	170
5.3.2 Egresos Proyectados.	171
5.4 ESTADOS FINANCIEROS	171
5.4.1 Flujo de Caja Proyectado	171
5.4.2 Estado de Resultados Proyectado	171
5.4.3 Balance General	171
6. EVALUACION DEL PROYECTO	177
6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO	177
6.2 IMPACTO SOCIAL	179
6.2.1 Desarrollo regional.	179
6.2.2 Generación de empleo.	181
6.3 IMPACTO AMBIENTAL	182
6.4 EVALUACIÓN FINANCIERA	186
6.4.1 Valor Presente Neto.	186
6.4.2 Tasa Interna de Retorno.	186
6.4.3 Periodo de recuperación.	187
6.4.4 Análisis de las razones financieras.	187
CONCLUSIONES	192
BIBLIOGRAFÍA	195

## LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Presencia de mascotas en el hogar	55
Cuadro 2. Tipo de mascotas que hay en el hogar	56
Cuadro 3. Razas que predominan en los hogares	57
Cuadro 4. Vivencia de muerte de mascotas en el hogar	59
Cuadro 5. Disposición del cuerpo al morir la mascota	60
Cuadro 6. Valor pagado por el servicio	61
Cuadro 7. Aceptación de una empresa que ofrezca el servicio de funerario para mascotas	62
Cuadro 8. Opciones preferidas para dar sepultura a las mascotas	63
Cuadro 9. Opciones de pago por el servicio de cremación individual	64
Cuadro 10. Opciones de pago por el servicio de cremación colectiva	65
Cuadro 11. Opciones de pago por el servicio de entierro	66
Cuadro 12. Opciones para el destino del cuerpo de la mascota una vez fallezca	67
Cuadro 13. Conocimiento de empresas que ofrezcan el servicio s funerarios para mascotas	68
Cuadro 14. Interés en solicitar los servicios funerarios para mascotas	69
Cuadro 15. Forma de pago preferido para el servicio funerario de la mascota	70
Cuadro 16. Medios de comunicación de mayor acogida	70
Cuadro 17. Servicios opcionales	72
Cuadro 18. Estimación de la Demanda	73
Cuadro 19. Clasificación y porcentaje de mascotas en los Hogares de La ciudad de Bucaramanga	74
Cuadro 20. Cuantificación de cantidad actual de mascotas para Bucaramanga	74
Cuadro 21. Proyección de la demanda en número de hogares. Años 1 al 5	75
Cuadro 22. Proyección número de mascotas años 1 al 5	76

Cuadro 23. Precio estimado de Servicio	81
Cuadro 24. Publicidad de lanzamiento	85
Cuadro 25. Publicidad de mantenimiento	86
Cuadro 26. Tiempo requerido por Unidad de servicio	92
Cuadro 27. Tiempo Por duración Total por servicio	93
Cuadro 28. Capacidad Total Instalada	93
Cuadro 29. Capacidad utilizada y proyectada en términos de planes exequiales a vender por año 1	94
Cuadro 30. Capacidad utilizada y proyectada en términos de planes exequiales a vender por año 2	94
Cuadro 31. Capacidad utilizada y proyectada en términos de planes exequiales a vender por año 3	94
Cuadro 32. Capacidad utilizada y proyectada en términos de planes exequiales a vender por año 4	95
Cuadro 33. Capacidad utilizada y proyectada en términos de planes exequiales a vender por año 5	95
Cuadro 34. Descripción de predios para estudio de micro localización	96
Cuadro 35. Puntuación de los factores de microlocalización	98
Cuadro 36. Análisis de los factores y puntuación	99
Cuadro 37. Distribución recurso humano	109
Cuadro 38. Maquinaria y Equipo	109
Cuadro 39. Especificaciones Técnicas Horno	110
Cuadro 40. Especificaciones Técnicas Refrigerador	111
Cuadro 41 Terreno, Muebles, enseres, Herramientas y equipo de oficina	112
Cuadro 42 Equipo de cómputo para el área administrativa	112
Cuadro 43. Insumos para cremación o entierro de mascotas	113
Cuadro 44. Insumos papelería	113
Cuadro 45. Útiles de aseo	1144
Cuadro 46. Detalle de proveedores	115

Cuadro 47. Costo Formulario de Registro Mercantil	124
Cuadro 48. Liquidación de Registro de Libros Proceso de Creación	126
Cuadro 49. Funciones y cargos del Gerente	131
Cuadro 50. Funciones y cargos de la Asistente Administrativa	133
Cuadro 51. Funciones y cargos del Contador	135
Cuadro 52. Funciones y cargos del vendedor	137
Cuadro 53. Funciones y cargos conductor	139
Cuadro 54. Funciones y cargos sepulturero	141
Cuadro 55. Asignación salarial mensual para cargo	143
Cuadro 56. Construcción y adecuaciones	146
Cuadro 57. Maquinaria y Equipo	146
Cuadro 58. Muebles y enseres área de administración	146
Cuadro 59. Equipo de cómputo y oficina	147
Cuadro 60. Herramientas	147
Cuadro 61 Total Inversión Fija	148
Cuadro 62. Inversión diferida	149
Cuadro 63. Materia prima Año 1	150
Cuadro 64. Mano de Obra Directa. Año 1	150
Cuadro 65. Mantenimiento área operativa	150
Cuadro 66. Seguro área operativa	151
Cuadro 67. Costos Indirectos de Fabricación año 1	151
Cuadro 68. Total Costos de Producción	151
Cuadro 69. Nomina año 1	152
Cuadro 70 Nomina año 2	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Cuadro 71. Nómina Año 3	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Cuadro 72. Nómina Año 4	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Cuadro 73. Nómina Año 5	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Cuadro 74. Gastos de Administración año 1	159
Cuadro 75 Depreciación área administrativa	159

Cuadro 76. Mantenimiento área administrativa	159
Cuadro 77. Seguro área administrativa	1609
Cuadro 78. Amortización diferida	160
Cuadro 79. Papelería	160
Cuadro 80. Útiles de aseo	161
Cuadro 81. Gastos de Administración. Año 2	161
Cuadro 82. Gastos de Administración. Año 3	162
Cuadro 83. Gastos de Administración. Año 4	163
Cuadro 84. Gastos de Administración. Año 5	163
Cuadro 85 Gastos de ventas. Año 1	164
Cuadro 86. Gastos de ventas. Año 2	164
Cuadro 87 Gastos de ventas. Año 3	164
Cuadro 88 Gastos de ventas. Año 4	165
Cuadro 89 Gastos de ventas. Año 5	165
Cuadro 90 Total capital de trabajo	165
Cuadro 91. Inversión total	165
Cuadro 92. Costos Fijos CIF	166
Cuadro 93. Costos fijos. Gastos de administración	167
Cuadro 94. Costos fijos. Gastos de Ventas	167
Cuadro 95. Total Costos Fijos	167
Cuadro 96. Costos Variables CIF	168
Cuadro 97. Costos Variables. Gastos de Administración	168
Cuadro 98. Costos Variables. Gastos de Ventas	168
Cuadro 99. Total Costos Variables	168
Cuadro 100. Costos Totales	169
Cuadro 101. Precio del servicio	169
Cuadro 102. Distribución de los servicios a prestar. Años 1 al 5	170
Cuadro 103. Ingresos proyectados	170
Cuadro 104. Egresos proyectados	171

Cuadro 105 Flujo de Caja Proyectado	172
Cuadro 106 Estado de Resultado Proyectado	174
Cuadro 107. Balance General	<b>¡Error! Marcador no definido.</b> 74
Cuadro 108. Distribución de los costos variables por servicio	177
Cuadro 109. Cálculo del Costo Variable Unitario por servicio	177
Cuadro 110. Distribución de los servicios en el punto de equilibrio	178
Cuadro 111. Valor presente Neto	186
Cuadro 112. TIR	187
Cuadro 113. Indicadores de Apalancamiento	189

## LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Presencia de mascotas en el hogar	55
Gráfica 2. Tipo de mascotas en el hogar	56
Gráfica 3. Razas que predominan en los hogares	58
Gráfica 4. Vivencia de muerte de mascotas en el hogar	59
Gráfica5. Manejo que se le dio al cuerpo en el momento que murió la mascota	60
Gráfica 6. Valor pagado por el servicio	61
Gráfica 7. Aceptación de una empresa que ofrezca el servicio de funerario para mascotas	62
Gráfica 8. Opciones preferidas para dar sepultura a las mascotas	63
Grafica 9. Opciones de pago por el servicio de cremación individual	64
Grafica10. Opciones de pago por el servicio de cremación	65
Grafica11. Opciones de pago por el servicio de entierro	66
Gráfica 12. Opciones para el destino del cuerpo de la mascota una vez fallezca	67
Gráfica 13. Conocimiento de empresas que ofrezcan el servicio de cementerio para mascotas	68
Gráfica 14. Interés en solicitar los servicios funerarios para mascotas	69
Gráfica 15. Forma de pago preferido para el servicio funerario de la mascota	70
Gráfica 16. Medios de comunicación de mayor acogida	71
Gráfica 17. Servicios Opcionales	72
Gráfica 18. Proyección de la demanda	76
Gráfica 19. Punto de Equilibrio	178

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Sepulturas para animales	40
Figura 2. Urnas para animales	41
Figura 3. San Bernardo	45
Figura 4. Dogo Alemán	45
Figura 5. Bóxer	46
Figura 6. Labrador Retrieve	46
Figura 7. Pastor Alemán	46
Figura 8. Rhotweiler	47
Figura 9. Bulldog	47
Figura 10. Caniche	48
Figura 11. Dálmata	48
Figura 12. Shar Pei	48
Figura 13. Carlino	49
Figura 14. Schnauzer	49
Figura 15. Beagle	50
Figura 16. French Poddel	50
Figura 17. Pinscher	51
Figura 18. Yorkshire	51
Figura 19 Canal de Comercialización	80
Figura 20. Logotipo	83
Figura 21. Ficha técnica del servicio que se ofrece en la empresa	101
Figura 22 Flujo Servicio de Cremación	103
Figura 23. Diagrama de proceso Comercial	106
Figura N° 24 Diseño Refrigerador	111

Figura 25 Área Cementerio	118
Figura 26 Área Horno Cementerio	119
Figura 27. Distribución de planta para la oficina	121
Figura 28. Organigrama	130

## LISTA DE ANEXOS

Anexo A	19796
Anexo B	1997
Anexo C Cotización Papelería	2008
Anexo D Cotización Publicidad	200
Anexo E Crecimiento Poblacional para Santander	201
Anexo F Especificaciones Horno Crematorio	202
Anexo G Cotización Refrigerador	203
Anexo H Cotización Papelería	205
Anexo I Cotización útiles de Aseo	205
Anexo J Cotización Materia Prima	206
Anexo K Cotización Equipo de Cómputo	208
Anexo L Cotización Materia Prima	209
Anexo M Cotización Muebles y Enseres	210
Anexo N Lista de Precios Funeravet	211

## GLOSARIO

**CHIRIBAYA:** civilización que existió en el periodo conocido como intermedio tardío (del año 900 hasta el 1350 de nuestra era), En el valle de Ilo, al sur de Perú.

**ARBIZU:** Es un municipio de Navarra. Se sitúa en la comarca de la Barranca y pertenece a la Merindad de Pamplona. Tiene 982 habitantes.

**MAUSOLEO:** Es un monumento funerario y sepulcro suntuoso. Etimológicamente proviene del latín: Mausolēum, sepulcro de Mausolo, rey de Caria.

**INCINERACION:** Es la combustión completa de la materia orgánica hasta su conversión en una especie de polvillo blanco denominado cenizas. Normalmente se hace en un horno y tiene como fin la destrucción completa de los materiales introducidos en él.

**CREMACION:** Cremación. Es la práctica de deshacer un cuerpo humano, quemándolo, lo que frecuentemente tiene lugar en un lugar denominado Crematorium o Crematorio. Junto con el entierro, la cremación es una alternativa cada vez más popular para la disposición final de un cadáver.

**HORNO CREMATORIO:** Horno Crematorio. Aparato cerrado que por medio de alta temperatura incinera todas aquellas partes de órganos, huesos, músculos y grasas de origen animal o vegetal.

**OSARIOS:** Lugar donde se depositan los huesos.

**CENIZARIOS:** Lugar donde se depositan las cenizas, una vez el cuerpo ha sido cremado.

**ZOONOSIS:** Enfermedad que puede transmitirse de otros animales a seres humanos o viceversa. La palabra se deriva del griego *zoon* (animal) y *nosos* (enfermedad). . El campo interdisciplinario que emerge de la medicina de la conservación, que integra la veterinaria humana y ciencias ambientales, se refiere en gran parte a zoonosis.

## RESUMEN

**TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE PRESTE SERVICIOS FUNERARIOS –CEMENTERIO PARA MASCOTAS EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA \***

**AUTORES:** JULIO QUINTANA, Miriam  
RAMOS SIERRA, Carmen Sofía \*\*

**PALABRAS CLAVES:** Factibilidad, Mascotas, Cremación, Entierro

### DESCRIPCION CONTENIDO:

La factibilidad para crear una empresa que preste servicios funerarios para mascotas en la ciudad de Bucaramanga, obedece a la importancia que han adquirido las mascotas en el seno de los hogares de estratos socio-económicos medio altos y que desean encontrar una empresa que les permita brindar a su mascota fallecida una muerte digna, en agradecimiento al afecto y compañía brindada por el animal. Así mismo a través del funcionamiento de la empresa aportar a la protección del medio ambiente de la ciudad.

La empresa prestará servicios de cremación y entierro. Se regirá bajos las normas y requisitos exigidos por el Ministerio de Salud, de Ambiente y Desarrollo Territorial, sus instalaciones se adecuarán a los estándares de construcción para funerarias, cementerios y montaje de Hornos crematorios que cumpla con los requisitos en cuanto a límites máximos permisibles de emisiones atmosféricas.

En el desarrollo del proyecto con la información obtenida en donde se analiza y se evidencia la problemática planteada ante la necesidad de que exista en Bucaramanga una entidad diferente al Centro de Zoonosis que preste los servicios de cremación y entierro de mascotas.

Se elabora y despliega el estudio de mercados, los estudios Técnico, Administrativo, con los cuales se evaluarán la viabilidad del proyecto teniendo en cuenta las variables que inciden en la puesta en marcha del mismo; a través del estudio Financiero determinar los resultados económicos que se obtendrán y que inciden en la decisión de los inversionistas para invertir en este proyecto.

---

\* Proyecto de Grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, Gestión Empresarial  
Director: Orlando Guzmán Lozano

## ABSTRACT

**TITLE: FEASIBILITY FOR THE ESTABLISHMENT OF A COMPANY TO PAY-CEMETERY AND FUNERAL SERVICES FOR PETS IN BUCARAMANGA CITY\***

AUTHORS: JULIO QUINTANA, Miriam  
RAMOS SIERRA, Carmen Sofia\*\*

KEY WORDS: Feasibility, Pets, Cremation, Burial

### CONTENT DESCRIPTION:

The feasibility to create a company ,providing funeral services for pets in Bucaramanga City, reflects the importance that pets have acquired within the socio-economic medium-high homes which want to find a company that allows them to provide your died pet a dignified death, in gratitude for the love and companionship provided by the animal. Also, to contribute to the protection of the environment of the city through the company operation.

The firm will provide cremation and burial services. It will be governed low standards and requirements of the Ministry of Health, Environment and Territorial Development, facilities shall conform to construction standards for funeral homes, cemeteries and crematoria ovens assembly that meets the requirements for maximum permissible limits atmospheric emissions.

When developing the project with the information obtained, the evidence is analyzed and the problems posed to the need for a separate entity in the Bucaramanga Zoonosis Centre providing services Pet cremation and interment.

It develops and delivers market research, technical and Administrative studies, in order to assess to the feasibility of the project, taking into account the variables that affect the implementation of it. Through the Financial study, to determine the economic performance that will affect the decision of investors to support this project.

---

\* Graduación Project

\*\* Institute for Regional Projection and Distance Education, Business anagement  
Director: Orlando Guzman Lozano

## INTRODUCCION

En la actualidad se observa que cada animal que habita en los diferentes hogares ha pasado de ser un juguete y se ha convertido en un miembro más de la familia al que hay que cuidar y brindarle todo el afecto que como tal se merece: necesidades, alimentación, espacio, vacunas, higiene, comportamiento, etc.

Tener un animal puede favorecer el ambiente familiar, sin embargo, hay que tener cuidado en el caso de que la mascota muera, es importante aceptar la tristeza que ello produce y a la vez hay que ayudar a que ese vacío que deja el animal no produzca ningún tipo de traumas, especialmente a los niños quienes son los que más se encariñan con sus mascotas; quizás es la primera muerte que experimentan y puede costarle un tiempo asimilarlo.

La anterior situación motivo la elaboración de un estudio de Factibilidad para la Creación de una empresa que preste servicios funerarios para mascotas- en la ciudad de Bucaramanga, dirigida a la población ubicada en los estratos socioeconómicos 4, 5 y 6 en donde las mascotas son consideradas como un miembro más de la familia. Se busca ofrecer un servicio de calidad respaldado por una empresa seria y confiable. En la actualidad no se encuentra en la ciudad un servicio de las características aquí mencionadas por lo que se ha considerado una oportunidad para aprovechar.

Este estudio se ha desarrollado siguiendo el esquema de una factibilidad con el fin de analizar las variables existentes, y determinar que el proyecto sea viable, el progreso del proyecto se dividió en seis etapas, la primera es la de las generalidades donde se ofrece una idea general del sector económico donde se ubicara la empresa y las leyes y normas con las cuales deberá regirse la misma.

Seguidamente se desarrolló el estudio de mercados, en el cual se establece el servicio a ofrecer, se estima el tamaño de mercado potencial, la existencia de oferta en la ciudad, expectativas de precio y calidad, con las cuales diseñar un servicio atractivo para los futuros clientes, debilidades y fortalezas de la misma con el fin de posicionar la futura empresa.

En tercera instancia se ha elaborado el estudio técnico donde se busca definir el tamaño diseñado, instalado y utilizado del proyecto, determinar el sitio más adecuado de ubicación para la empresa, la mejor distribución de la planta de acuerdo a las necesidades del negocio y especificación detallada de cada uno de los recursos a utilizar para la puesta en marcha del mismo.

Luego se realiza el estudio administrativo en el cual se puede ver el procedimiento legal para la construcción de la empresa. Se ha definido la estructura organizacional de la misma, políticas, el perfil y requerimientos de los cargos y la asignación salarial para cada uno de estos.

El último estudio a desarrollar es el financiero, importante para establecer las necesidades de inversión, la disponibilidad de recursos económicos y la forma de consecución de las cantidades faltantes para la puesta en marcha del proyecto, se hicieron proyecciones de presupuesto que permitan determinar el beneficio económicos de la empresa.

En últimas instancias se encuentra la evaluación del proyecto donde se ha analizado el impacto socio-económico y ambiental que tendrá la creación de la empresa dentro de la región, se revisa la tasa interna de retorno, el valor presente neto, el periodo de recuperación de la inversión y los principales indicadores de razones financieras.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1 PROBLEMÁTICA

Con el exigente y veloz cambio de los roles, la constante preocupación es alcanzar un mejor nivel social, profesional y económico, el individuo moderno se ha olvidado un poco de los valores intrafamiliares, como es el caso de las parejas modernas quienes al incursionar en el ámbito laboral, han tenido que delegar los cuidados y educación de sus hijos a terceras personas y moderar la procreación o evitarla. Igualmente existen individuos solitarios empeñados en alcanzar sus propias metas manejando permanentemente altos índices de estrés y descuidando de cierta manera las relaciones afectivas; existen igualmente personas que después de largas luchas y ver sus sueños materializados se dan cuenta que han quedado completamente solas.

Es por ello que las investigaciones han demostrado que la tenencia de una mascota es una excelente solución a muchos de los conflictos de soledad, estrés y depresión en los que se ve involucrado el individuo moderno, al igual que los niños, ya que se logra establecer ese canal de afecto con el animal.<sup>1</sup>

Las mascotas pueden constituirse en un complemento importante para el desarrollo de los niños, tanto desde el punto de vista físico como afectivo.

El crecimiento de la población canina de la ciudad de Bucaramanga se ha estimado en sesenta mil (60.000) caninos aproximadamente, de los cuales treinta y cinco (35.000) se encuentran carnetizados<sup>2</sup> y este porcentaje de mascotas terminan siendo una compañía clave tanto para adultos como para los niños. Esa

---

<sup>1</sup> <http://www.elblogdeperros.com/2009/03/las-mascotas-y-la-familia/>

<sup>2</sup> <http://bucaramanga.ucc.edu.co/Biblioteca/archivos/VETERINARIA/vet%20039.pdf>

compañía hace que florezca un cariño mutuo entre el propietario y la mascota, una relación de afecto que en no pocas ocasiones supera o complementa al afecto humano. Este vínculo con el animal, lleva a que ellos hagan parte de una familia como un miembro más de la misma, por lo tanto la pérdida de un animal puede tener un impacto muy grande, incluso puede llegar a ser mayor que la pérdida de un pariente o amigo. Este lazo hace que nuestras interacciones con los animales sean valiosas y agradables, pero también hace que el proceso de sufrimiento sea muy complicado y requiera para la tranquilidad de las personas afectadas un final tan digno como el de una persona.

A través de los tiempos se evidencia la importancia de las mascotas para sus dueños y el significado emocional que representan. Un grupo de arqueólogos en Perú ha descubierto los restos momificados de más de 40 perros enterrados con mantas y comida junto a sus amos. El descubrimiento fue hecho durante una excavación de dos de los pueblos Chiribaya, que vivieron en el sur de Perú entre los años 900 y 1350 DC. Los expertos afirman que esta forma de enterrar a los perros confirma que esa tribu creía en una vida después de la muerte<sup>3</sup>. El único otro lugar donde se estima que esta creencia era compartida es en el Antiguo Egipto.

Cientos de años antes de la llegada de los europeos a América del Sur, la civilización Chiribaya valoraban tanto a sus perros que eran enterrados junto a los miembros de la familia de sus amos.

Los perros, que han sido llamados "pastores de Chiribaya" por su uso para arrear llamas, no eran sacrificados como en otras culturas antiguas, sino enterrados, junto a abrigos y alimentos, en cementerios para humanos. Los arqueólogos han

---

<sup>3</sup> Fuente:[http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid\\_5375000/5375516.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_5375000/5375516.stm)

desenterrado los restos de más de 40 perros que fueron momificados por el paso del tiempo en las arenas desérticas de Valle de Ilo, en el sur de Perú.

Otra dato interesante escrito por Milagros Belgrano Rawson de la Revista Noticias Pelfin. Com comenta: “Lord Byron, Walter Scott y Jane Austen fueron enterrados con sus perros, mientras que Catalina de Rusia y Alejandro Magno dedicaron a los suyos un cementerio y un pueblo, respectivamente. Mucho más cercano en la historia, un narcotraficante colombiano cuyo terrier había sido mordisqueado por el dogo de un vecino, contrató a un reconocido cirujano plástico para que reconstruyera el hocico de su perro<sup>4</sup>.

Es por esto comprobado que las mascotas son más que simple compañía, son los mejores amigos de la familia. Cuidar de un animalito les da sentido de pertenencia y responsabilidad a las personas. La presencia de un perro, un gato, un ave hacen de la casa un verdadero hogar. Es más que conocido que las mascotas son una estupenda compañía para las personas que viven solas, pues les aporta alegría, compañía y un motivo para mantenerse activas.

A través de los tiempos las mascotas han pasado hacer parte importante en el seno de una familia y la pérdida de estas dejan un vacío muy grande, llegado este momento, existen varias formas de homenajear a la mascota, el respeto y el amor al mundo animal son los argumentos que han llevado a crear determinadas soluciones que pueden servir de beneficio para los desconsolados dueños. Se trata de los cementerios, mausoleos y crematorios para mascotas.

De acuerdo al artículo publicado por José Antonio Méndez La Razón, miércoles 10 de noviembre de 2004 dice: “Madrid Si tiene usted mascota y decide, en el

---

<sup>4</sup> <http://www.revista-noticias.com.ar/comun/nota.php?art=1213&ed=1627>

fatídico día de su muerte, darle un sentido adiós, probablemente acudirá al descampado más cercano y enterrará allí a su compañero; pondrá unas piedras sobre la tumba y quizá un ramo de flores. Éste era el procedimiento normal que seguía el común de los propietarios de algún animal doméstico.

A inicios del siglo XXI la industria de las mascotas ha tomado un auge inusitado, hoy se encuentran en ciudades medias de Estados Unidos clínicas, gimnasios, hospitales, peluquerías, guarderías, campos de vacaciones y hasta cementerios, obituarios y servicios religiosos para las mascotas que mueren.

«Muchos libros, sitios en Internet y servicios religiosos mantienen viva la memoria de las mascotas y ofrecen esperanza a sus dueños de que la muerte no los separará de sus animales predilectos», dijo David Briggs, del servicio de noticias religiosas del San Antonio Express News.

En una nación con tantas expresiones religiosas, los acongojados dueños de las mascotas encuentran siempre una vía para celebrar sus exequias y orar en su memoria. Tal es el caso, por ejemplo, del Templo Budista de Cleveland, en donde los que desean tener un servicio religioso por sus perros lo tienen y, por un precio módico, obtienen, también, la promesa de reunirse con ellos en la próxima vida<sup>5</sup>.

Libros como «¿Veré a Fido en el cielo?» de Mary Buddemeyer-Porter se están convirtiendo en auténticos best-sellers. La tesis que maneja es muy sencilla: en una nación donde cada día hay más gente sola --uno de cada dos matrimonios termina en separación o divorcio-- las mascotas se están convirtiendo en verdaderos acompañantes de la gente<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> <http://www.zenit.org/article-13121?l=spanish>

<sup>6</sup> La Razón, lunes, 11 de octubre de 2004

Y los dueños quieren creer, a toda costa, que hay vida después de la vida para ellas. Lo que ha hecho el comercio es mantenerles viva la esperanza.

Quien quiera que se dé un paseo por el cementerio de mascotas de la ciudad de San Antonio, puede encontrarse lápidas lujosamente talladas en las que se recuerda a la perrita «Dolly», muerta en mayo 17 de 2003 y que siempre vivirá en los corazones de sus dueños. En el centro de la lápida, un medallón con la foto en relieve de «Dolly» y un ángel recargado en la lápida, velando por la salvación de su alma.<sup>7</sup>

En Estados Unidos hacen furor los negocios destinados a ofrecer un suntuoso sepelio para las mascotas, lápidas y parcelas en campo santo incluidas. Nada menos que 28 millones de dólares se mueven al año en EE UU gracias al mercado de las mascotas. Si, además, el afligido dueño quiere mantener vivo el recuerdo de su fiel amigo por todo el mundo, nada mejor que incluir su nombre y epitafio en un «cibercementerio», como el de [www.mascotamigos.com](http://www.mascotamigos.com), para que desde cualquier punto del planeta pueda ser honrado. Todo un negocio que queda reflejado en el aumento de lápidas que se demandan en EE UU a la empresa de animales Petco, o las tarjetas que la empresa Hallmark envía a los propietarios de animales fallecidos con textos como «un alma tan dulce nunca podrá ser olvidada».<sup>8</sup>

La pregunta sobre la vida eterna de las mascotas y el cuidado de su alma empieza a tomar tintes realmente importantes en el país más poderoso del mundo. De hecho, la Iglesia episcopaliana de Connecticut ya ofrece servicios dominicales para mascotas y les permite recibir la «comuni3n». Tambi3n los jud3os pueden celebrar los «bar mitzvahs», ceremonia con la que los ni3os jud3os de 13 a3os

---

<sup>7</sup> <http://www.zenit.org/article-13121?l=spanish>

<sup>8</sup> <http://www.geocities.com/Heartland/Prairie/5670/cementer.htm>

celebran su mayoría de edad y disfrutan de comida «kosher» ajustada, claro está, a los paladares caninos o gatunos.

Además de las tradicionales clínicas veterinarias y de un interminable surtido de productos para animales, los gimnasios, peluquerías, hospitales, guarderías, campos de vacaciones, saunas y «boutiques» para mascotas crecen como la espuma en muchos países. Y, como es lógico, si los perros, gatos, pájaros, hámster disfrutan de los mayores lujos en vida, ¿por qué negárselos en sus últimos momentos? Es por esto que se evidenció la necesidad de crear empresas dedicadas en exclusiva a prestar estos servicios tan particulares para cuando llegado el momento las mascotas dejan este mundo.

El Ayuntamiento de La Coruña construyó en el 2005 un cementerio con capacidad para trescientas sepulturas, con lápidas de pizarra gallega y un presupuesto estimado de 90.000 euros. Algo más íntimo, y bastante más caro, que el entierro en un descampado.

En Madrid se encuentra “El último parque” un cementerio para mascotas que se abrió por primera vez en 1983. Este cementerio da cobijo actualmente a unas 4000 mascotas. El último parque se encuentra en la comunidad de Madrid en la localidad de Arganda de Rey<sup>9</sup>.

Hadescan es el único crematorio de animales de compañía que existe en la Comunidad de Madrid. Su actividad final es permitirles a las personas que le dediquen un último y sentido homenaje a esa mascota que ha estado acompañándoles durante mucho tiempo. Esta empresa está ubicada en el municipio de Sevilla la Nueva, en pleno casco urbano, facilitando el acceso a

---

<sup>9</sup> <http://www.elultimoparque.com/>

todos aquellos dueños interesados en despedir a su mejor amigo como se merece.<sup>10</sup>

En Inglaterra (donde se contabilizan dos perros por cada 7 habitantes), recorrer los cementerios de animales llevaría no menos de un mes. De hecho no sea casual que la única vez que la Reina Isabel se mostrará apesadumbrada en público fue cuando su corgi galés murió a manos de un Bull Terrier.

Las funerarias para mascotas es un negocio que todavía no existe en la mayoría de los países sin embargo en Estados Unidos es un negocio que está triunfando, de hecho ya está totalmente consolidado. La empresa Ellis Coleen a través de Pet Ángel Memorial Center ha creado una funeraria para perros, gatos, pájaros, animales exóticos y toda clase de mascotas. Esta empresa que comenzó en el 2004 en Indiana ya tiene previsto aumentar hasta los 500 centros en tan solo 7 años.<sup>11</sup>

En la década de los 90 en México no existía un servicio profesional de cremación de mascotas, es por eso que Funerales García S.A. de C.V., empresa fundada en 1920 con más de 86 años de experiencia en esta profesión, decide en el año de 1998 registrar ante notario público Funeral Pet e inicia operaciones para brindar este noble servicio a las queridas mascotas, sus propietarios y familiares.<sup>12</sup>

Cerca de la ciudad de México existen tres panteones para perros que, por una cantidad razonable, albergan el cadáver del ser que, durante años, sirvió de compañero, amigo y hasta cómplice.

---

<sup>10</sup> <http://www.hadescan.com/>

<sup>11</sup> <http://animalesmascotas.com/funerarias-para-mascotas/>

<sup>12</sup> <http://www.funeralpet.com.mx/contenido.htm>

En América del sur existen empresas que prestan estos servicios en algunos países, Petsfuneral en Chile<sup>13</sup>, Argentina y en Brasil la Petmemorial.<sup>14</sup> En Colombia también comienzan a florecer los servicios funerarios para mascotas en la ciudad de Bogotá existe la empresa FUNERAVET es una entidad constituida legalmente con sede en Bogotá, que dispone adecuadamente de los cadáveres de los animales. Esta empresa presta servicios de incineración con recuperación de cenizas o cremación individual, cremación colectiva, así mismo con el servicio de cementerio.<sup>15</sup>

## 1.2 CONTEXTO DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

**1.2.1 Ubicación Geográfica** El proyecto busca atender la población residente en la ciudad de Bucaramanga que no cuenta con el tipo de servicio que se quiere ofrecer. Bucaramanga es la capital del departamento de Santander, y cuenta con una extensión de 165 Km., sobre el nivel del mar es de 959 m. Su temperatura promedio es de 23° C y su precipitación media anual es de 1.041 mm. Bucaramanga, capital del departamento de Santander limita por el Norte con el municipio de Rionegro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el Municipio de Girón.

Bucaramanga se encuentra en una terraza inclinada de la Cordillera Oriental a los 7° 08' de latitud norte con respecto al Meridiano de Bogotá y 73° 08' de longitud al Oeste de Greenwich. Cuenta con una población de 508.102<sup>16</sup> y es una ciudad con alto crecimiento económico destacándose en los regiones de la industria del calzado, la confección, la prestación de servicio de salud, y educación.

---

<sup>13</sup> <http://www.petsfuneral.cl/>

<sup>14</sup> <http://www.petmemorial.com.br/>

<sup>15</sup> <http://www.funeravet.com.co/>

<sup>16</sup> [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

### **1.2.2 Aspectos Legales de Empresas Prestadores de Servicios Fúnebres para mascotas**

- 1 LEY 1014 de enero 2006. Fomento a la cultura del emprendimiento.
- 2 DECRETO 089 DE JULIO 09 2004: por el cual se cumplen los acuerdos 034 de 2000, 018 de 2002 y 046 de 2003 que conforman el Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Bucaramanga” Art. 121 De la Localización de los Equipamientos según su Escala.
- 3 DECRETO 2676 diciembre 2000 “Por el cual se reglamenta la gestión integral de los residuos hospitalarios y similares”
- 4 DECRETO 1669 DE AGOSTO 2 DE 2002. “Por el cual se modifica parcialmente el Decreto 2676 de 2000. Las disposiciones del presente Decreto se aplican a las personas naturales o jurídicas que presten servicios de salud a humanos y/o animales Numeral d) Cementerios, morgues, funerarias y hornos crematorios.
- 5 DECRETO 2763 DE DICIEMBRE 2001” Por el cual se modifica el Decreto 276 de 2000” Art. 1°. Prorrogar por ocho meses, contados a partir de la expedición del Manual de Procedimientos para la Gestión Integral de Residuos Hospitalarios y Similares MPGIRH, el término establecido en el artículo 20 del Decreto 2676 de 2000, para la implementación de los Planes de Gestión Integral de Residuos Hospitalarios y Similares que deben realizar los generadores de residuos hospitalarios y similares.
- 6 Resolución 1164 de 2002, por la cual se adopta el manual de procedimiento para la gestión de residuos hospitalarios y similares.

- 7 DECRETO 1753 DE 1994. Art. 2. "La Licencia Ambiental.
- 8 Resoluciones N° 0058 de Enero 21 del 2002 y la N° 0886 de Julio 27 del 2004, por el cuales se establecen las normas y límites máximos permisibles de emisión atmosféricas que puedan afectar la salud humana, al ambiente o los recursos naturales renovables.
- 9 CODIGO DE COMERCIO: Libro I, Titulo I Capítulo 1 Art. 10: Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.
- 10 CODIGO DE COMERCIO: Libro I, Titulo 1 Capítulo 1, Art. 13 Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos: 1) Cuando se halle inscrita en el registro mercantil; 2) Cuando tenga establecimiento de comercio abierto, y 3) Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio.
- 11 CODIGO DE COMERCIO: Libro I, Titulo III. Art. 26 El registro mercantil tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exigiere esa formalidad.
- 12 CODIGO DE COMERCIO: Libro I, Titulo III. Art. 34: Trámite de Registro de las Escrituras de Constitución de Sociedades.
- 13 DECRETO 624 DE MARZO 30 DE 1898 Art. 2. Contribuyentes: Son contribuyentes o responsables directos del pago del tributo los sujetos respecto de quienes se realiza el hecho generador de la obligación sustancial.

- 14 DECRETO 624 DE MARZO DE 1998 ART. 13. Las sociedades de responsabilidad Limitada y asimiladas están sometidas al impuesto sobre la renta y complementarios.
- 15 DECRETO 624 Artículo Artículo 555-1. Número de identificación tributaria - NIT. Para efectos tributarios, cuando la Dirección General de Impuestos lo señale, los contribuyentes, responsables, agentes retenedores y declarantes, se identificarán mediante el número de identificación tributaria NIT, que les asigne la Dirección General de Impuestos Nacionales. (Ley 49/90, art. 56).
- 16 DECRETO 624 Artículo 447. En la venta y prestación de servicios, la base gravable será el valor total de la operación, sea que ésta se realice de contado o a crédito, incluyendo entre otros los gastos directos de financiación ordinaria, extraordinaria, o moratoria, accesorios, acarreos, instalaciones, seguros, comisiones, garantías y demás erogaciones complementarias, aunque se facturen o convengan por separado y aunque, considerados independientemente, no se encuentren sometidos a imposición.

## 2. ESTUDIO DEL MERCADO

### 2.1 OBJETIVOS

**2.1.1 Objetivo General.** Desarrollar un estudio de mercados, mediante la obtención de información que permita identificar todas las variables de mercadotecnia necesarias, para determinar las necesidades actuales y futuras, y conocer el mercado de servicios Funerarios para Mascotas en la ciudad de Bucaramanga.

#### 2.1.2 Objetivos Específicos

- Determinar la situación de la oferta de servicios especializados en la prestación de servicios fúnebres para mascotas en la ciudad de Bucaramanga, identificando los servicios que actualmente se ofrecen en el mercado y la cantidad de clientes que estarían interesados en adquirir dichos servicios sus necesidades y expectativas que permitan pronosticar las posibilidades para la conformación de la empresa.
- Desarrollar una investigación que permita conocer las expectativas de precio y la calidad del servicio esperado, con la cual diseñar una política de precios acorde con las necesidades y expectativas del mercado, teniendo en cuenta la utilidad esperada para la empresa que se espera crear.
- Conocer las herramientas publicitarias y de promoción, utilizadas actualmente por las empresas vinculadas al sector, que permita diseñar una estrategia publicitaria contundente, con la cual se logre en el menor tiempo posible

posicionar en el mercado de la ciudad de Bucaramanga, los servicios Funerarios, Cementerio - Mausoleo para mascotas.

- Indagar sobre los principales sistemas de comercialización empleados actualmente que sirvan para elegir el canal más conveniente para el tipo de mercado que se pretende atender.

## **2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

**2.2.1 Especificaciones y uso del servicio.** El servicio de una Funeraria, Cementerio para mascotas, en la ciudad de Bucaramanga es la de proporcionar a los dueños de las mascotas y a las familias propietarias de las mismas una empresa que les pueda brindar un portafolio de servicios que les permita el día de la muerte de estos seres queridos un servicio digno con el cual poder recordarlos y agradecerles, el amor incondicional, la fidelidad y la compañía , a través de opciones como la sepultura y la cremación.

El respeto y el amor al mundo animal son los argumentos que han llevado a crear determinadas soluciones, este servicio se ofrece teniendo en cuenta lo importante que representa para el seno de una familia su mascota y consientes del dolor que ocasiona la pérdida de este ser, la empresa está destinada a ayudar y evitar un impacto psicológico profundo en todo el entorno familiar, especialmente cuando hay niños en el hogar. El servicio ofrecido por la Funeraria – Cementerio para Mascotas será el siguiente:

- Atención de urgencias las 24 Horas.
- Traslado del cuerpo de la mascota fallecida en el domicilio o veterinaria indicada dentro del perímetro urbano de Bucaramanga.

- **Sepultura.** Este servicio ofrece un lugar especial y acorde con la ley, donde depositar los despojos de la mascota, dando la posibilidad al dueño de que vaya a visitar la tumba de su querido compañero. Ver figura 1

**Figura 1. Sepulturas para animales**



Fuente: [www.elultimoparque.com/fotos.html](http://www.elultimoparque.com/fotos.html)

- **Cremaciones Individuales con Recuperación de Cenizas.** El cliente que escoge la cremación individual, puede tener las cenizas tan rápido como lo desee. Las cenizas serán entregadas en urnas diseñadas especialmente para mascotas.

- **Cremaciones Comunitarias:** Esta opción mantiene un alto nivel de dignidad a un modesto costo, por lo cual no incluye recuperación de cenizas.
- **Venta de Urnas.** Urnas con diseños exclusivos para diversos tipos de mascotas. Ver figura 2.

**Figura 2. Urnas para animales**



Fuente: <http://www.funeralpet.com.mx/contenido.htm>

- **Urna Metálica para Cenizas Modelo Astral**

- Placa recordatorio grabada con el nombre de la mascota.
- Osario, como opción para guardar de por vida las cenizas.

**2.2.2. Productos Sustitutos.** El servicio sustituto para el mercado local en cuanto servicio funerario para mascotas, es aquel que hace un gran número de familias que toman sus mascotas muertas y las entierran en los jardines de sus casas, lotes baldíos o en escarpados fuera de la ciudad. Así mismo el servicio que ofrecen las clínicas veterinarias que por un valor específico reciben la mascota fallecida y la envían al Centro de Zoonosis de la ciudad para que ellos dispongan de los despojos del animal, este centro es un ente adscrito a la Secretaria de Salud del Departamento.

**2.2.3. Productos Complementarios.** Según a la investigación realizada no se encontraron productos que estén condicionados a la adquisición de los servicios ofrecidos por la empresa.

**2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio.** Actualmente en la ciudad de Bucaramanga no se evidencia la existencia de una empresa que preste los servicios funerarios para mascotas, por lo tanto con esta idea de negocio se pretende ofrecer un servicio de excelente calidad que llegue hasta el domicilio de los propietarios de mascotas, con atención personalizada, por personal altamente calificado y que logre satisfacer la necesidad existente en la ciudad de permitir a los dueños de mascotas poder brindar un final digno a sus fallecidos amigos.

La empresa contará con unas instalaciones de fácil acceso y ubicación. Se prestará el servicio las 24 horas del día e igualmente el traslado del animal del domicilio o clínica veterinaria según indicación del cliente, Las instalaciones contarán con una sala de espera y a los clientes se les asesorará con apoyo psicológico durante el duelo que le permita a la familia llevar cada una de las etapas que el duelo implica.

## **2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1. Mercado Potencial.** El mercado Potencial está conformado por todos los hogares que estén ubicados en la ciudad de Bucaramanga que tengan una mascota en su familia y requieran los servicios ofrecidos por la empresa.

**2.3.2 Mercado Objetivo.** El mercado objetivo está compuesto por todos los hogares que estén ubicados en los barrios de estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, que posean una mascota en su seno familiar y cuyos dueños estén interesados en adquirir los servicios que ofrecerá la Funeraria para mascotas y así mismo tenga la capacidad económica para adquirirlos.

## **2.4. INVESTIGACION DE MERCADOS**

**2.4.1 La Demanda.** Se pretende identificar la demanda que existe para la creación de una empresa que preste servicios funerarios cementerio para mascotas en la ciudad de Bucaramanga.

Según información suministrada por la electrificadora de Santander el total de familias en la ciudad de Bucaramanga a enero del 2009 en los estratos 4,5 y 6 llegaba a los 60.871 hogares distribuidos así:

Estrato 4 Medio	47.245 hogares
Estrato 5 Medio- alto	6.559 hogares
Estrato 6 Alto	7.067 hogares
<b>Total</b>	<b>60.871 hogares</b>

Según entrevista sostenida con el Dr. Dairo Muñoz director del Centro de Zoonosis de Bucaramanga institución adscrita a la Secretaria de Salud municipal, el cual informa que no existen datos reales de la población canina existente, dato difícil de

precisar teniendo en cuenta que por cada camada son seis cachorros en promedio que nacen; según su experiencia el Dr. Muñoz afirma que la población canina en la ciudad se podría estimar en un perro por cada 10 familias. Así mismo según análisis efectuado por el centro a través de los años se podría decir que la tasa de mortalidad para los caninos estaría por el orden del 20%, cabe anotar que a este centro llegan gran cantidad de mascotas callejeras y animales que nunca contaron con los cuidados mínimos de prevención para proteger su salud.

Según investigación las mascotas de mayor preferencia por las familias es el perro. Es difícil saber con exactitud cuántas razas de perros existen actualmente. La FCI (Federación Cynologique Internationale), reconoce varios centenares de raza<sup>17</sup>. Los perros se pueden clasificar según su tamaño y peso en razas gigantes, grandes, medianas, pequeñas y minis.<sup>18</sup>

✓ **Razas Gigantes Mayores de 50 kilos.**

- Mastín Español
- San Bernardo
- El gran Danés o Dogo Alemán

---

<sup>17</sup> <http://www.todoperro.es/razas/index.html>

<sup>18</sup> <http://cachorroskcm.blogspot.com/2008/01/clasificación-por-razas-html>

**Figura 3. San Bernardo**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

**Figura 4. Dogo Alemán**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

✓ **Razas Grandes entre 25 y 50 kilos**

- Rhotweiler
- Pastor Alemán, Pastor Collie
- El Bóxer
- Bobtail o viejo pastor Ingles
- Golden Retriever
- Labrador Retrieve

**Figura 5. Bóxer**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

**Figura 6. Labrador Retriever**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

**Figura 7. Pastor Alemán**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

**Figura 8. Rhotweiler**

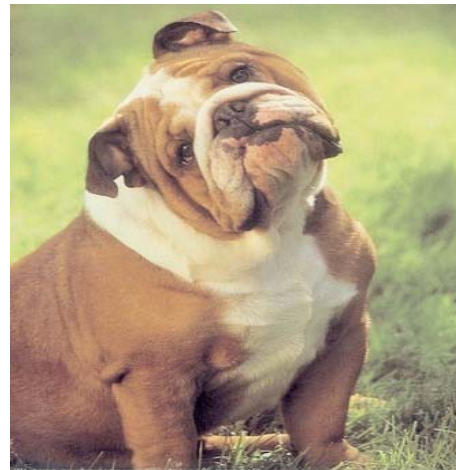


Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

✓ **Razas Medianas entre 15 y 24 kilos**

- Bulldog Inglés
- Caniche
- Basset Hound
- Dálmata
- Chow Chow
- Shar Pei

**Figura 9. Bulldog**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

**Figura 10. Caniche**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

**Figura 11. Dálmata**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

**Figura 12. Shar Pei**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

✓ **Razas Pequeñas entre 5 y 14 kilos**

- Carlino
- Schnauzer
- Bulldog Francés
- Wes Highland Terrier
- Beagle
- Cocker Spaniel Inglés
- Fox Terrier
- Lhasa Apsoeckel
- Perro Salchicha ( Dachshund)

**Figura 13. Carlino**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

**Figura 14. Schnauzer**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

**Figura 15. Beagle**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

**Figura 16. French Poodle**



Fuente: [www.todoperro.com](http://www.todoperro.com).

✓ **Razas enanas o Minis menores de 5 kilos**

- Yorkshire Terrier
- Pinscher
- Chiguagua
- Shih Tzu

**Figura 17. Pinscher**



**Figura 18. Yorkshire**



Según los expertos, un perro con un buen estado de salud, puede llegar a vivir alrededor de 20 años. Pero la cantidad de años que puede llegar a vivir un perro no depende sólo de su salud o de los cuidados que recibe durante su vida, sino también de la raza a la que pertenece; tomando en cuenta este factor la longevidad oscila entre los 8 y los 13 años, siendo las razas pequeñas las que más años viven.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> [www.todosobremascotas.com](http://www.todosobremascotas.com)

**Planteamiento del Problema** En la ciudad de Bucaramanga existen un gran número de familias que poseen mascotas en sus hogares, pero no existe información real en cuanto a la estimación de la demanda y las características de los servicios que desean los propietarios de las mascotas. Para una familia bumanguesa que pierde su mascota los más cercano a un servicio fúnebre, es el servicio que ofrecen las clínicas veterinarias las cuales se encargan de recibir el animal a la familia y entregarlo al centro de zoonosis entidad adscrita a la Secretaria de Salud y Medio Ambiente este centro se encarga de incinerar el animal, este servicio lo realizan cuando la cantidad de cadáveres complete el cupo requerido para el procedimiento, de lo contrario los despojos de los animales permanecen en refrigeración.

Es por esto, que se debe proceder a realizar una investigación de mercado que facilitará obtener una información necesaria acerca de la descripción del servicio, así como los usos y especificaciones que permiten establecer argumentos precisos para demostrar que una funeraria para mascotas en la ciudad de Bucaramanga, es la mejor opción para que una persona le pueda brindar a su mascota un final digno.

**Necesidades de Información** Para el desarrollo de este proyecto, inicialmente se realizará una investigación de tipo exploratoria la cual permitirá obtener un análisis preliminar, a través de otros puntos de vista en cuanto al escenario que rodea el posible mercado para los servicios funerarios para mascotas en la ciudad de Bucaramanga.

Se continúa con una investigación descriptiva, que permite a través de las técnicas de recolección de información aplicadas (Encuesta), que permita recolectar la mayor información posible para cada una de las variables del mercado necesarias para el desarrollo del proyecto.

- Conocer las características de los usuarios del servicio funerario para mascotas, los posibles patrones de consumo de este servicio, así mismo todos los factores que permitan identificar plenamente la conducta y aptitudes del mercado al cual se desea llegar.
- Respecto al servicio, indagar sobre las necesidades de las familias en relación con sus mascotas y su interés en brindar un final digno al momento de su muerte, investigar otros modelos de servicios existentes en otras ciudades.
- Establecer el mercado potencial objetivo, determinando según los datos de la electrificadora de Santander cuantas familias en los estratos 4, 5 y 6 hay en el municipio de Bucaramanga.
- Sondear la cantidad de familias que estarían interesadas en acceder a los servicios.
- Determinar cuál será el canal de distribución del servicio funerario para mascota que más se adapte a las necesidades del mercado.
- Averiguar respecto a precios hasta que monto los posibles clientes estaría dispuestos a invertir es los servicios funerarios para mascotas.
- Respecto a la comunicación, averiguar cuales son los medios de comunicación más importantes para dar a conocer los servicios fúnebres para mascotas.

### **Ficha técnica de la Demanda**

Tipo de Investigación	Exploratoria - Descriptivo
Métodos de Investigación	Métodos observación -Deductivo.
Fuentes de Información	Fuentes Primarias: La encuesta Fuente Secundarias: Información suministrada por la Electrificadora de

	Santander, DANE, Biblioteca UIS, Tesis de Grado.
Técnicas de Recolección	La encuesta
Instrumento	El cuestionario compuesto por 12 preguntas. Ver Anexo A
Modo de aplicación	Directa
Definición de Población ( elemento unidad de muestreo)	Elemento: Dueño de una mascota Unidad: Domicilio
Proceso de muestreo	<p>El proceso a emplear es el muestreo estratificado:</p> <p>Se calcula por fórmula</p> $n = \frac{N (p q) Z^2}{Z^2 (p q) + e^2 (N - 1)}$ <p>Reemplazando</p> $n = \frac{187.980 (0.5) (0.5) (1.96)^2}{(1.96)^2 (0.5) (0,5) + (0.05)^2 (187.980 - 1)}$ <p>n = 383,38</p> <p>El Número de encuestas que se realizarán por cada estrato</p> <p>Estrato 4 = 298 encuestas</p> <p>Estrato 5 = 31 Encuestas</p> <p>Estrato 6 = 54 Encuestas</p>
Marco Muestral	Hogares estratos socio – económicos 4, 5 y 6 Según información

	suministrada por La Electricadora de Santander Enero 2009. Ver Anexo B
Alcance	La ciudad de Bucaramanga
Tiempo de aplicación	Del 01 Septiembre al 30 de Octubre del 2009

### Resultados del trabajo de campo

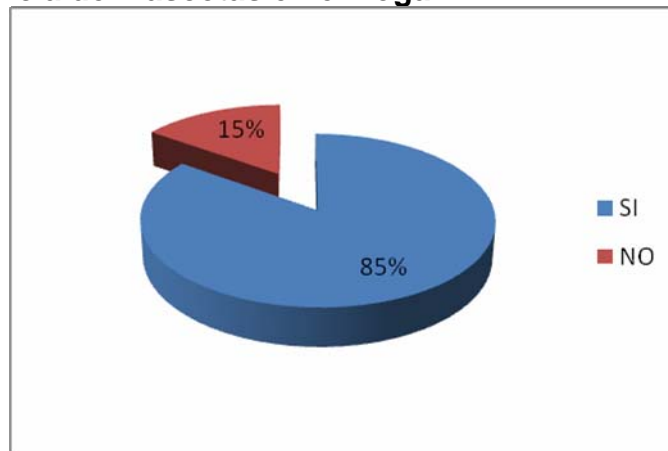
#### Pregunta 1. ¿Actualmente tiene mascota en su hogar?

**Cuadro 1. Presencia de mascotas en el hogar**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	325	85%
NO	58	15%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica 1. Presencia de mascotas en el hogar**



Fuente: Autoras

El 85% de las personas encuestadas tienen mascotas en sus hogares, esto demuestra que gran parte de la población siente aceptación a tener animales en sus hogares.

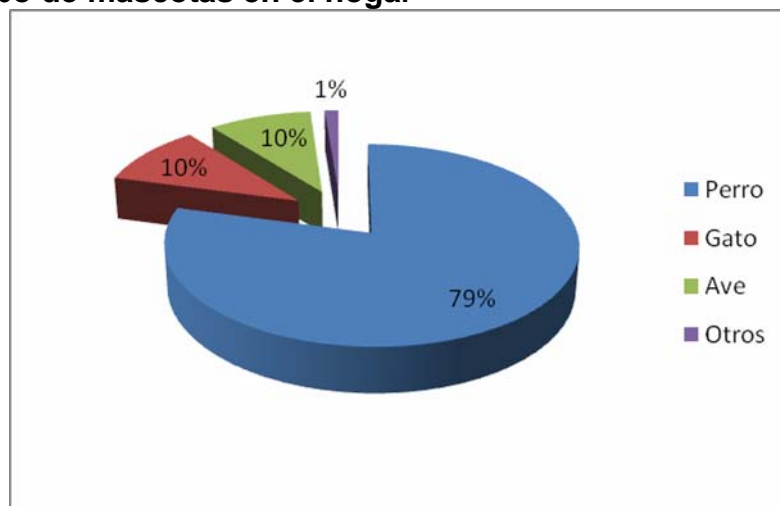
### Pregunta 2. Qué clase de mascota tiene

**Cuadro 2. Tipo de mascotas que hay en el hogar**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Perro	319	79%
Gato	41	10%
Ave	38	9%
Otros	5	1%
<b>Total</b>	<b>403</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica 2. Tipo de mascotas en el hogar**



Fuente: Autoras

El 79 % de las familias encuestados tienen en sus hogares perro, le sigue el gato y las aves con un 10% para cada tipo de mascota. Es necesario aclarar que de las personas que poseen en sus hogares perros, el 82 % tienen un perro y el 8 % tienen más de dos perros y el 10% tienen más de dos. El porcentaje que hace referencia a otros y que corresponde al 1% son 3 hámsteres, un conejo y una iguana.

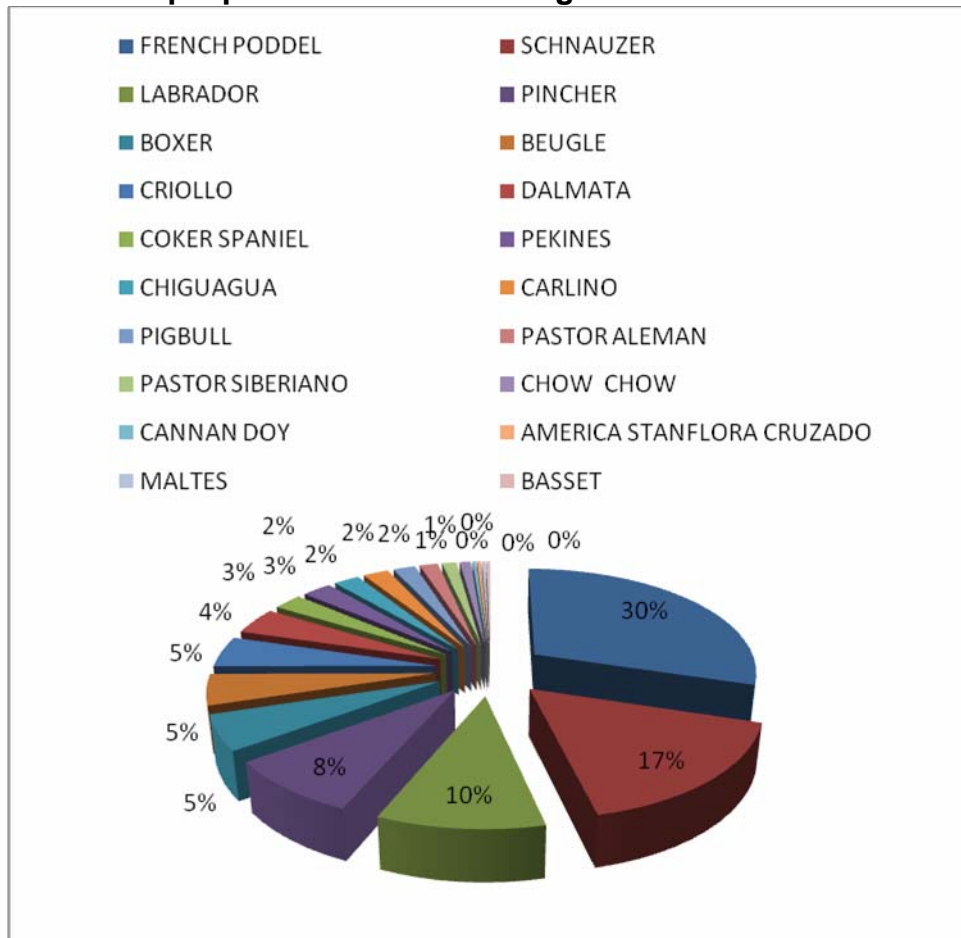
**Pregunta 3. ¿Si su respuesta es canino que raza es?**

**Cuadro 3. Razas que predominan en los hogares**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FRENCH PODDEL	95	29,78%
SCHNAUZER	53	16,61%
LABRADOR	32	10,03%
PINCHER	27	8,46%
BOXER	17	5,33%
BEUGLE	15	4,70%
CRIOLLO	15	4,70%
DALMATA	13	4,08%
COKER SPANIEL	8	2,51%
PEKINES	8	2,51%
CHIGUAGUA	7	2,19%
CARLINO	7	2,19%
PIGBULL	6	1,88%
PASTOR ALEMAN	5	1,57%
PASTOR SIBERIANO	4	1,25%
CHOW CHOW	3	0,94%
CANNAN DOY	1	0,31%
AMERICA STANFLORA CRUZADO	1	0,31%
MALTES	1	0,31%
BASSET	1	0,31%
<b>Total</b>	<b>319</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica 3. Razas que predominan en los hogares**



Fuente: Autoras

En cuanto al gusto de las familias por las diferentes razas de perros se determinó que en su mayoría el French Poddel es la raza que más poseen las familias con un 30%, le sigue el Schnauzer con un 17% el Labrador con un 10% y el Pincher con un 8%. Según la clasificación de las mascotas se evidencia que las mascotas de tamaño mediano y pequeño son las más apetecidas por las familias Bumanguesas y un muy bajo porcentaje los perros de tamaño grande como el Bóxer y Labrador.

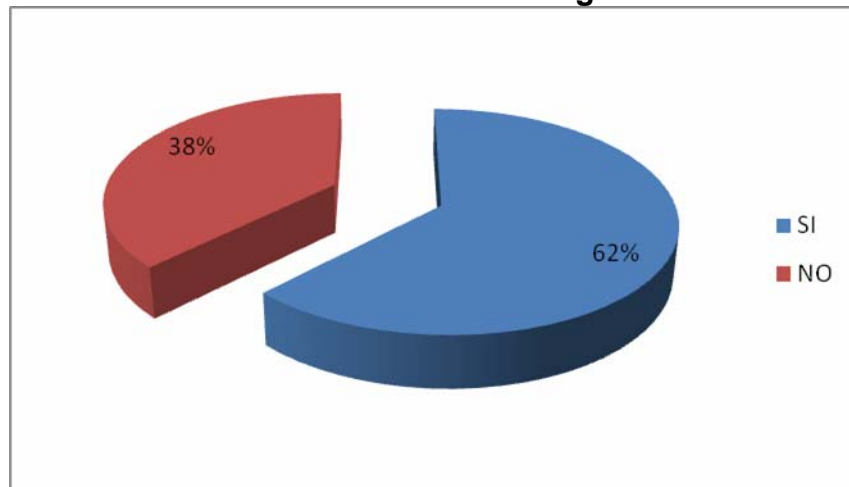
#### Pregunta 4 ¿Ha muerto alguna mascota en su hogar?

**Cuadro 4. Vivencia de muerte de mascotas en el hogar**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	203	62%
NO	122	38%
<b>Total</b>	<b>325</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica 4. Vivencia de muerte de mascotas en el hogar**



Fuente: Autoras

Al 62% de los encuestados manifestaron que se las ha muerto mascota en su hogar y pudieron vivenciar la pérdida de la mascota. En términos generales, esta población puede considerarse como la que ha mantenido constantemente mascotas en su hogar que les permite en el transcurso de la vida perder mascotas en reiteradas ocasiones.

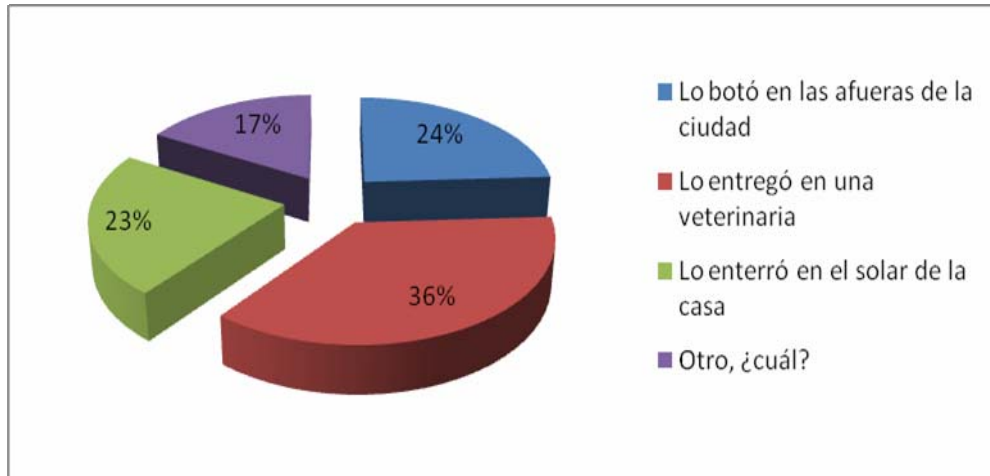
**Pregunta 5. Al morir su mascota ¿qué decidió hacer con su cuerpo?**

**Cuadro 5. Disposición del cuerpo al morir la mascota**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lo boto en las afueras de la ciudad	49	24%
Lo entrego en una veterinaria	74	36%
Lo enterró en el solar de la casa	46	23%
Otro, ¿cuál?	34	17%
<b>Total</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica5. Manejo que se le dio al cuerpo en el momento que murió la mascota**



Fuente: Autoras

El 36% de los encuestados decidieron entregar el cuerpo de su mascota a una veterinaria, el 24% lo abandonaron en las afueras de la ciudad y el 23% lo enterraron en el solar de la casa.

El 17% que hace referencia a otros explica que el cuerpo de las mascotas ha sido enterrado en lugares como: el jardín de la casa, un potrero, en la finca y otra persona optó por disecharlo como recuerdo.

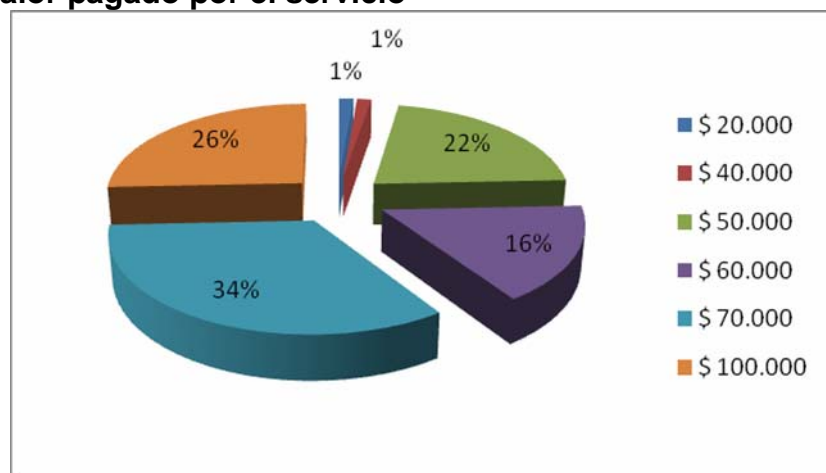
**Pregunta 6 ¿Si la mascota la entregó a una veterinaria cuánto pagó por el servicio?**

**Cuadro 6. Valor pagado por el servicio**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 20.000	1	1,35%
\$ 40.000	1	1,35%
\$ 50.000	16	21,62%
\$ 60.000	12	16,22%
\$ 70.000	25	33,78%
\$ 100.000	19	25,68%
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica 6. Valor pagado por el servicio**



Fuente: Autoras

Las personas han pagado por el servicio desde \$50.000 hasta \$100.000, siendo la tarifa de \$70.000 la más frecuente

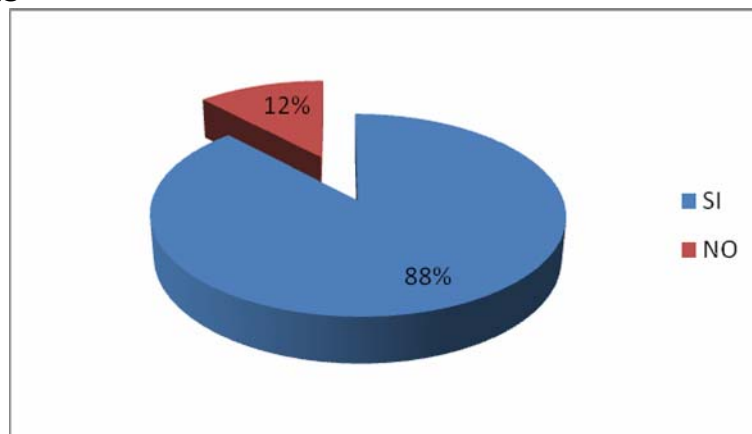
**Pregunta 7 Si llegara a morir su mascota, ¿le gustaría encontrar una empresa que le ofreciera un servicio que le permita dar un destino final digno a su mascota?**

**Cuadro 7. Aceptación de una empresa que ofrezca el servicio de funerario para mascotas**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	286	88%
NO	39	12%
<b>Total</b>	<b>325</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica 7. Aceptación de una empresa que ofrezca el servicio de funerario para mascotas**



Fuente: Autoras

El 88% de los encuestados muestran interés en encontrar una empresa que le ofrezca el servicio de funeraria a sus mascotas.

Esto deduce que a pesar de que no se conoce el servicio si existe la necesidad y el interés de solicitarlo.

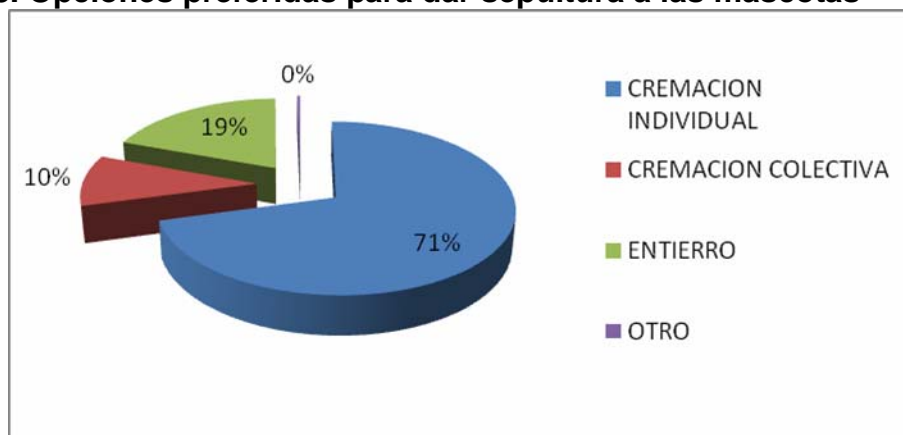
**Pregunta 8. De las siguientes opciones ¿cuál desearía darle a su mascota al momento de su muerte?**

**Cuadro 8. Opciones preferidas para dar sepultura a las mascotas**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CREMACION INDIVIDUAL	230	71%
CREMACION COLECTIVA	32	10%
ENTIERRO	62	19%
OTRO	1	0%
<b>Total</b>	<b>325</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica 8. Opciones preferidas para dar sepultura a las mascotas**



Fuente: Autoras

Las personas consideran que la cremación individual es la mejor alternativa para sus mascotas con una preferencia del 71%, le sigue el entierro con un porcentaje

del 19% y el resto desea que su mascota se cremada colectivamente con una frecuencia según encuestas de 32 personas.

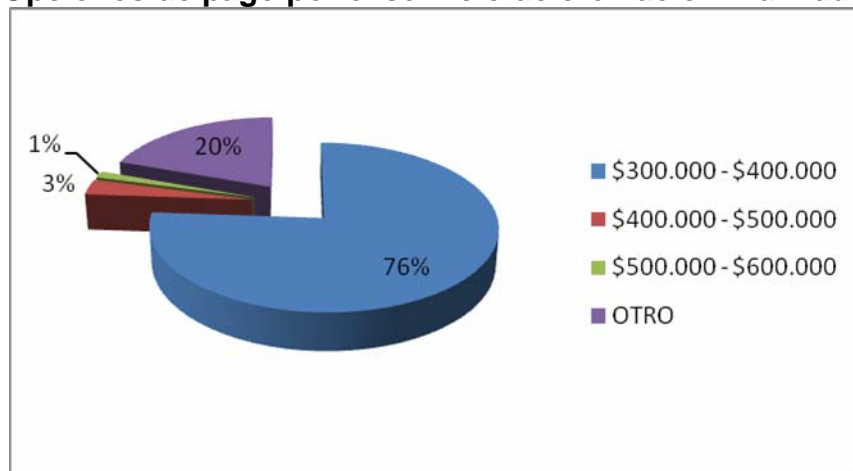
**Pregunta 9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de cremación de su mascota muerta?**

**Cuadro 9. Opciones de pago por el servicio de cremación individual**

CREMACION INDIVIDUAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$300.000 - \$400.000	175	76%
\$400.000 - \$500.000	7	3%
\$500.000 - \$600.000	3	1%
OTRO	45	20%
<b>Total</b>	<b>230</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Grafica 9. Opciones de pago por el servicio de cremación individual**



Fuente: Autoras

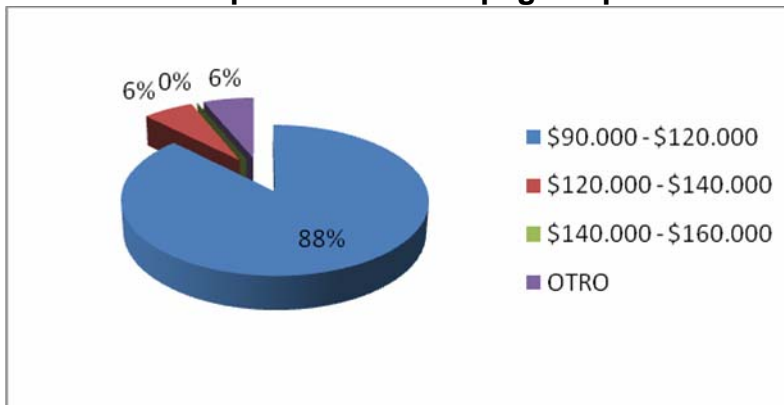
El 76% de los encuestados que prefieren la cremación individual destinarían entre \$ 300.000 y \$400.000, un 7% estaría dispuesto a pagar entre \$ 400.000 y \$ 500.000 el 20% estaría dispuesto a pagar una tarifa por debajo de \$ 300.000.

**Cuadro 10. Opciones de pago por el servicio de cremación colectiva**

CREMACION COLECTIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$90.000 - \$120.000	28	88%
\$120.000 - \$140.000	2	6%
\$140.000 - \$160.000	0	0%
OTRO	2	6%
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Grafica10. Opciones de pago por el servicio de cremación**



Fuente: Autoras

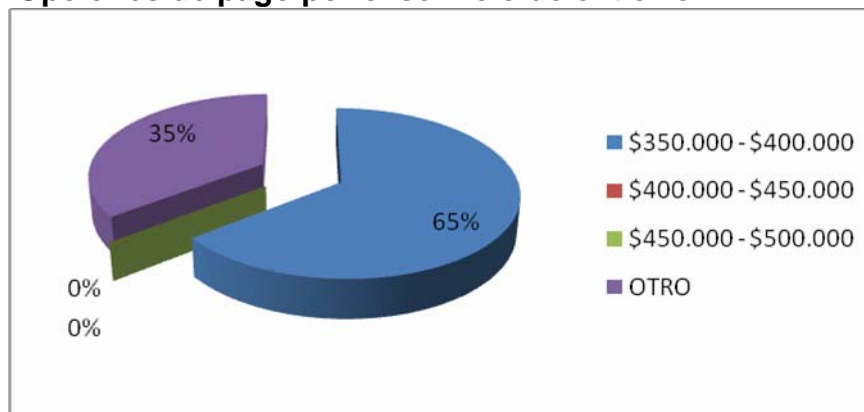
El 88% de las personas encuestadas estaría dispuesto a pagar una tarifa entre los \$ 90.000 y \$ 120.000, solo cuatro encuestados estaría dispuesto a pagar una tarifa más alta por este servicio.

**Cuadro 11. Opciones de pago por el servicio de entierro**

ENTIERRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$350.000 - \$400.000	40	65%
\$400.000 - \$450.000	0	0%
\$450.000 - \$500.000	0	0%
OTRO	22	35%
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Grafica11. Opciones de pago por el servicio de entierro**



Fuente: Autoras

De los encuestados que prefieren que su mascota sea enterrada, el 65% pagarían por el servicio una tarifa entre \$ 350.000 y \$ 400.000, el 35% que representa a otros, pagarían por este servicio una tarifa menor a esta.

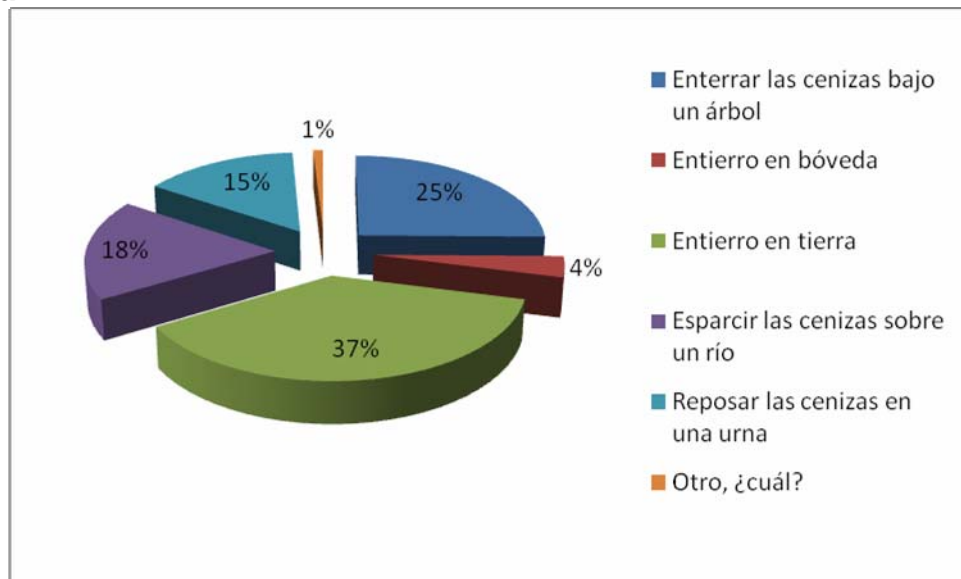
**Pregunta 10. De las siguientes opciones, ¿cuál le gustaría que fuera el destino final de su mascota?**

**Cuadro 12. Opciones para el destino del cuerpo de la mascota una vez fallezca**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Enterrar las cenizas bajo un árbol	82	25%
Entierro en bóveda	12	4%
Entierro en tierra	122	38%
Esparcir las cenizas sobre un río	58	18%
Reposar las cenizas en una urna	48	15%
Otro, ¿cuál?	3	1%
<b>Total</b>	<b>325</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica 12. Opciones para el destino del cuerpo de la mascota una vez fallezca**



Fuente: Autoras

El 38% de los encuestados les gustaría que el destino final de su mascota fuera entierro en tierra, sigue enterrar las cenizas bajo un árbol con el 25%, esparcir las

cenizas sobre un río con el 18%, reposar las cenizas en una urna con el 15% y el 4% entierro en bóveda y otro con solo el 1% sugirió un vitral para su mascota.

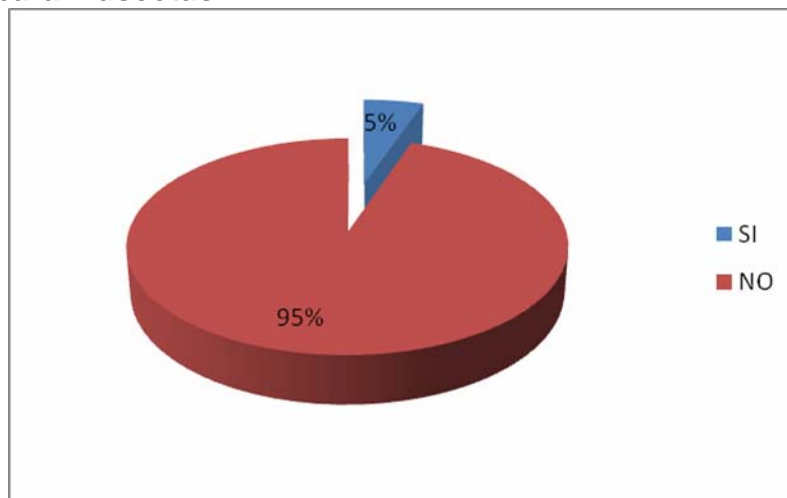
**Pregunta 11. ¿Conoce alguna empresa que preste servicios funerarios para sus mascotas?**

**Cuadro 13. Conocimiento de empresas que ofrezcan el servicio s funerarios para mascotas**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	5%
NO	308	95%
<b>Total</b>	<b>325</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica 13. Conocimiento de empresas que ofrezcan el servicio de cementerio para mascotas**



Fuente: Autoras

El 95% de los encuestados no tienen conocimiento de empresas que ofrezcan servicio de funerario para mascotas, es decir, no existe el servicio a pesar de que hay interés en solicitarlo.

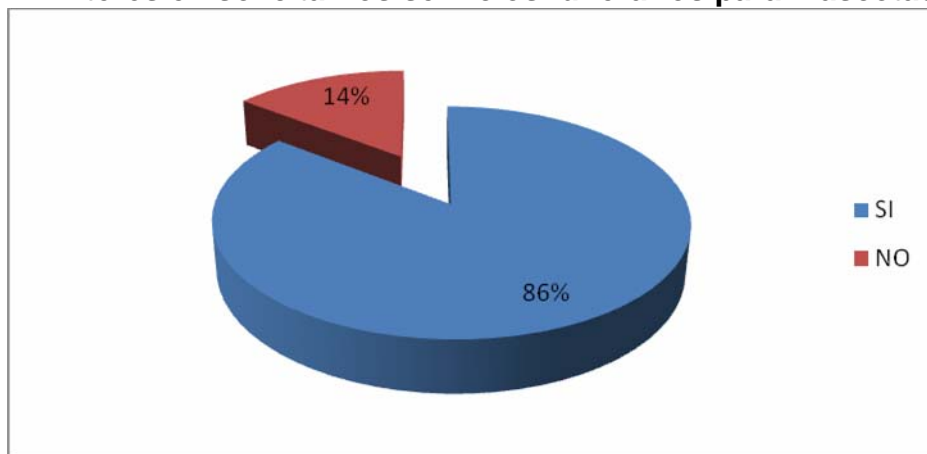
**Pregunta 12 ¿Estaría interesado en solicitar los servicios de una empresa que le ofrezca el servicio funerario a sus mascotas?**

**Cuadro 14. Interés en solicitar los servicios funerarios para mascotas**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	278	86%
NO	47	14%
<b>Total</b>	<b>325</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica 14. Interés en solicitar los servicios funerarios para mascotas**



Fuente: Autoras

El 86% de los encuestados muestran interés en solicitar los servicios funerarios para mascotas a través de una empresa que se dedique a ello. El resto de los encuestados equivalente al 14% no muestra interés alguno por adquirir los servicios.

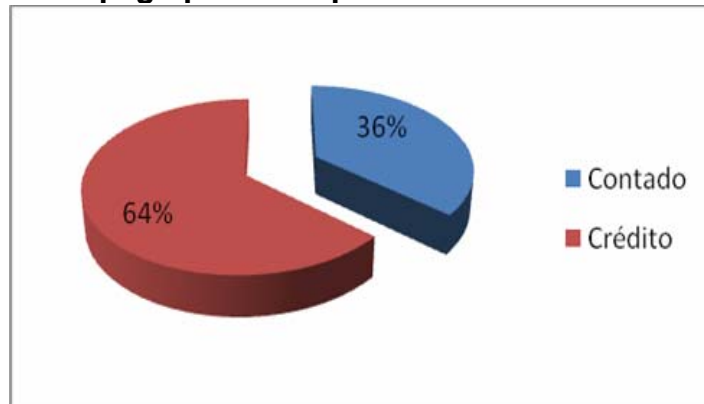
**Pregunta 13. ¿Cómo preferiría pagar su servicio funerario para su mascota?**

**Cuadro 15 Forma de pago preferido para el servicio funerario de la mascota**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Contado	118	36%
Crédito	207	64%
Total	325	100%

Fuente: Autoras

**Gráfica 15. Forma de pago preferido para el servicio funerario de la mascota**



Fuente: Autoras

El 64% de los encuestados consideran la mejor opción el pago a crédito. Esto sugiere a la nueva empresa a que dentro de la forma de pago considere el pago a crédito al prestar el servicio para el entierro de las diferentes mascotas.

**Pregunta 14 ¿A través de qué medios de comunicación desea enterarse de los nuevos servicios que ofrece el mercado?**

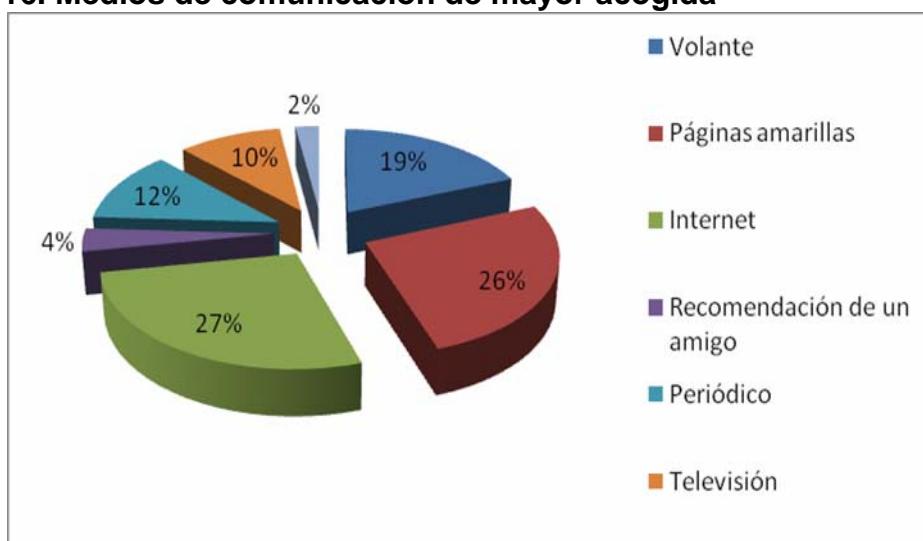
**Cuadro 16. Medios de comunicación de mayor acogida**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Volante	75	19%
Páginas amarillas	104	26%

Internet	108	27%
Recomendación de un amigo	15	4%
Periódico	47	12%
Televisión	40	10%
Otro, ¿cuál'	9	2%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica 16. Medios de comunicación de mayor acogida**



Fuente. Autoras

Los medios de comunicación con mayor acogida son Internet y páginas amarillas con un 26% y 27%, seguido de volantes y periódicos con un 19% y 12 % respectivamente. La opción de otro hace referencia a tarjetas de presentación, radio, veterinaria y visita personal ofreciendo el servicio. Esta pregunta arrojó este resultado debido a que varios de los encuestados optaron por escoger más de un medio de comunicación.

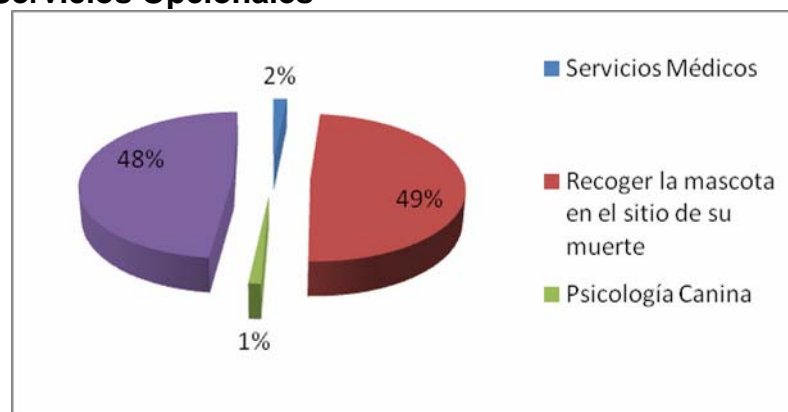
**Pregunta 15. ¿Qué servicios opcionales le gustaría encontrar complementarios a este servicio funerario?**

**Cuadro 17. Servicios opcionales**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicios Médicos	10	2%
Recoger la mascota en el sitio de su muerte	303	49%
Psicología Canina	7	1%
Pólizas Exequiales	298	48%
<b>Total</b>	<b>618</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras

**Gráfica 17. Servicios Opcionales**



Fuente: Autoras

Dentro de los servicios opcionales que al cliente le gustaría encontrar están con mayor acogida el de recoger el animal en el lugar donde muera con un 49%, y le sigue el de adquirir los servicios a través de pólizas exequiales con un 48% y en menor porcentaje están servicios médicos y psicología canina,

**Estimación de la demanda.** Para establecer la cantidad de hogares existentes en barrios de estratos socio-económicos 4,5 y 6 de Bucaramanga se solicitó dicha

información a la empresa Electrificadora de Santander quienes suministraron el dato de 60.871 hogares. Para realizar la estimación de la demanda para el proyecto, esta se describe con respecto a las respuestas de las encuestas realizadas a la población objetivo que manifestó que tienen mascota, de acuerdo a la respuesta de la pregunta N° 1 que equivale a un 85%.

Lo que indica que el mercado objetivo corresponde a un total de 51.740 familias con mascota, relacionándolo con la pregunta N° 7 en la encuesta que arroja una respuesta del 88% de los encuestados que estarían interesados en encontrar una empresa que prestara este tipo de servicios para sus mascotas, por lo tanto se puede concluir que 45.532 hogares desearía tomar el servicio.

De este total de posibles clientes y teniendo en cuenta la respuesta N° 12 de la encuesta se observa que el 86% de las personas encuestadas si estarían dispuestos en tomar los servicios, esto conduce a asumir que la desmanda estimada sería de 39.157 hogares.

**Cuadro 18. Estimación de la Demanda**

<b>Estrato</b>	<b># Hogares</b>	<b>0,85%</b>	<b>0,88%</b>	<b>0,86%</b>
Estrato 4	47.245	40.158	35.339	30.392
Estrato 5	6.559	5.575	4.906	4.219
Estrato 6	7.067	6.007	5.286	4.546
<b>Total Bucaramanga</b>	<b>60.871</b>	<b>51.740</b>	<b>45.532</b>	<b>39.157</b>

Fuente: Autoras

En términos de distribución de mascotas se tiene:

**Cuadro 19. Clasificación y porcentaje de mascotas en los Hogares de La ciudad de Bucaramanga**

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Perro	319	79%
Gato	41	10%
Ave	38	9%
Otros	5	1%
<b>Total</b>	<b>403</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Mercados

De las personas que poseen en sus hogares perros, el 82 % tienen un perro el 8 % tienen de dos perros y el 10% tienen más de dos. Las personas que tienen gato si tienen solo de a uno en sus hogares y los que tienen aves, el 50% tienen una sola, el 17% tienen dos y el 33% más de dos, todo lo anterior suministrado en la aplicación de la encuesta.

Esta información permite cuantificar en términos generales la cantidad actual de mascotas para La ciudad de Bucaramanga.

**Cuadro 20. Cuantificación de la cantidad actual de mascotas para Bucaramanga**

MASCOTA	CANTIDADES DE MASCOTAS	UNA MASCOTA POR HOGAR	DOS MASCOTAS POR HOGAR	MÁS DE DOS MÁSCOTAS POR HOGAR	TOTAL MASCOTAS
Perro	30.934	25.366	4.949	9.280	39.596
Gato	3.916	3.916			3.916
Ave	3.916	1.958	1.331	3.877	7.166
Otros	392	3.284			3.284
<b>Total</b>	<b>39.157</b>	<b>34.523</b>	<b>6.281</b>	<b>13.157</b>	<b>53.961</b>

Fuente: Estudio de Mercados

**Proyección de la demanda.** La proyección de la demanda se define en términos de servicios funerarios para mascotas a ofrecer, lo cual involucra aspectos tales como: hogares que tienen mascotas y porcentaje de éstos que aceptan la creación de una empresa que ofrezca el servicio funerario a sus mascotas.

Para la proyección de la demanda para los cinco años de evaluación del proyecto, se determinará teniendo en cuenta el crecimiento poblacional para Santander que está en el 1.09%, ver Anexo F cuadro 21 se tiene:

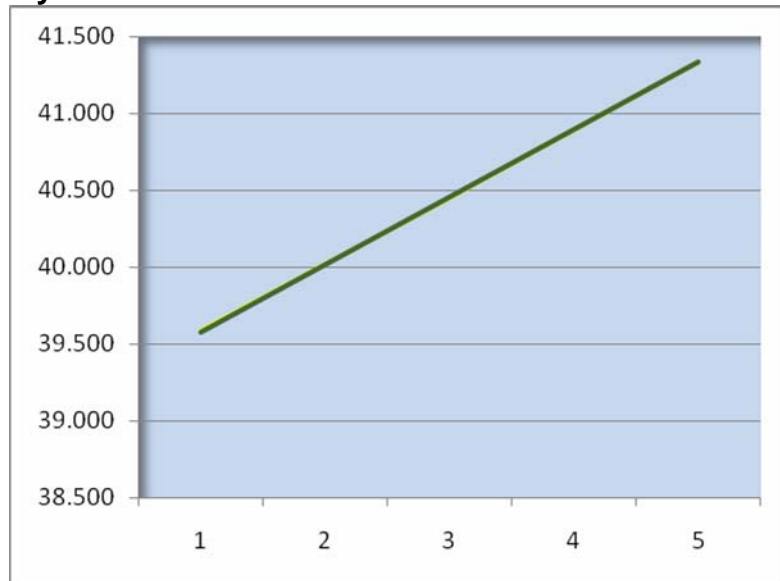
**Cuadro 21. Proyección de la demanda en número de hogares. Años 1 al 5**

<b>Estrato</b>	<b># Hogares</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Estrato 4	30.392	30.723	31.058	31.396	31.739	32.085
Estrato 5	4.219	4.265	4.312	4.359	4.406	4.454
Estrato 6	4.546	4.596	4.646	4.696	4.748	4.799
<b>Total Bucaramanga</b>	<b>39.157</b>	<b>39.584</b>	<b>40.015</b>	<b>40.452</b>	<b>40.892</b>	<b>41.338</b>

Fuente. DANE. Censo 2005

Es necesario aclarar que para la realización del cuadro anterior se tuvo en cuenta el crecimiento poblacional debido a que el servicio será ofrecido directamente en cada hogar.

**Gráfica 18. Proyección de la demanda**



Fuente: Autoras

En este gráfico se puede apreciar como la demanda presenta una variabilidad en la proyección para los próximos cinco (5) años, mostrando buenas posibilidades para la ejecución del proyecto.

Para efectos de cuantificar en número de mascotas, se tiene:

**Cuadro 22. Proyección número de mascotas años 1 al 5**

MASCOTA	CANTIDADES DE MASCOTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Perro	30.934	31.271	31.612	31.957	32.305	32.657
Gato	3.916	3.959	4.002	4.045	4.090	4.134
Ave	3.915	3.958	4.001	4.044	4.089	4.133
Otros	392	396	401	405	409	414
<b>Total</b>	<b>39.157</b>	<b>39.584</b>	<b>40.015</b>	<b>40.451</b>	<b>40.892</b>	<b>41.338</b>

Fuente: Estudio de Mercados

El cuadro anterior se realizó teniendo en cuenta el mismo crecimiento poblacional, esto en razón a dos situaciones:

- ✓ Quienes deciden como sepultar sus mascotas son los integrantes de cada hogar o quien en su defecto tenga los medios económicos para realizarlo.
  
- ✓ No existen estudios estadísticos que respalden el crecimiento del número de mascotas ni a nivel nacional ni a nivel departamental, por lo tanto es conveniente estimar su crecimiento en base al crecimiento que tienen los hogares para el departamento de Santander, ya que en estos es donde residen cada una de ellas.

**2.4.2 La Oferta.** El estudio de la oferta permitirá determinar que empresas prestan este tipo de servicio en la ciudad de Bucaramanga, que tipos de servicio ofrecen y como lo prestan, cuáles son sus precios.

En el desarrollo de esta investigación no se encontraron en Santander y en Bucaramanga empresas prestadoras de servicios funerarios para mascotas, aunque la expansión de clínicas veterinarias es bastante alta en la ciudad.

**Análisis de la Competencia** Actualmente son las clínicas veterinarias las que se encargan de manipular los cadáveres de las mascotas que mueren en sus centros de atención. De acuerdo a la información recopilada en el transcurso de la investigación en fuentes secundarias de información, y según registros de la Cámara de comercio de Bucaramanga estos indican que anualmente hay un crecimiento del 5% en el registro mercantil de clínicas veterinarias y similares.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA,

Estas empresas son las que actualmente, prestan el servicio de cremación, cobran un valor por incinerar el animal, servicio que lo prestan por intermedio de la secretaria de salud pública del municipio. Para determinar la oferta se procedió a realizar una investigación exploratoria a través de una entrevista telefónica realizada al funcionario encargado del Centro de Zoonosis de Bucaramanga, ente regulado por la secretaría de salud de la alcaldía, este indica que al centro son remitidos todas aquellas mascotas fallecidas sean en clínicas veterinarias, o por atropellamiento en las calles; donde son incineradas, este proceso lo pueden realizar inmediatamente si el cupo para el incinerador está copado, de lo contrario las mascotas son guardadas en refrigeradores hasta dicho cupo se cumpla.

Sin embargo si existe una empresa a nivel nacional, dedicada exclusivamente a este servicio; denominada “FUNERAVET”<sup>21</sup> constituida legalmente con sede en Bogotá desde hace 8 años , que dispone adecuadamente de los cadáveres de los animales. Igualmente enseñan y hacen cultura frente a la tenencia de mascotas. A la fecha han realizado más de 9.000 incineraciones y servicios de cementerio.

**Estimación de la Oferta.** Debido a que en la ciudad de Bucaramanga no se encontraron oferentes para los servicios funerarios para mascotas no podemos estimar la oferta.

## **2.5 RELACION ENTRE DEMANDA OFERTA**

**2.5.1 Demanda Insatisfecha.** Según la investigación realizada y de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercados, la pregunta 5 evidencia la no existencia en la ciudad de una empresa que se dedique exclusivamente a este tipo de servicios solo un porcentaje equivalente al 36% lo entregó a una veterinaria

---

<sup>21</sup> Funeravet. Servicio de cremación y cementerio para mascotas [on line] <http://grupoaem.com/igt/fu/inicio.html> <http://www.funeravet.com.co/funeraria-mascotas.php>

para que se encargara del manejo del cuerpo de la mascota, el porcentaje restante no contó con el asesoramiento necesario que le permitiera realizar un manejo adecuado del cadáver de la mascota y así mismo evitar la contaminación del medio ambiente tirando los cadáveres en lotes baldíos o enterrándolos en lugares inadecuados.

Esto concluye que la empresa Funeraria para mascotas “ Mi Refugio” sería la única que prestaría dichos servicios en la ciudad, lo que indica que el servicio se prestaría a 39.157 hogares que según el trabajo de campo estarían interesadas en encontrar una empresa que le ofreciera este tipo de servicios y que corresponde a la demanda insatisfecha

## **2.6. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

**2.6.1 Estructura de los canales actuales.** Los canales de comercialización y/o distribución son las rutas por las cuales los bienes pasan en su camino entre el producto y el consumidor. Revisando la información obtenida para este tipo de servicio, no se utilizan intermediarios y estos se ofrecen de manera directa al cliente. (Servicio – cliente).

### **2.6.2 Ventajas y Desventajas de los canales Actuales**

#### **Ventajas**

Permite fijar precios económicos para obtener un mayor beneficio por volumen de ventas, lo que beneficia al cliente, quien paga lo justo.

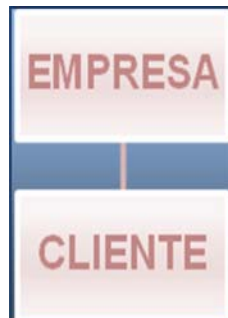
- El servicio es ofrecido al cliente con calidad y cumplimiento.
- Facilita el contacto directo entre la empresa y el cliente, con la posibilidad de atender sus sugerencias, quejas o reclamos.
- Agiliza la adaptación a los cambios del mercado o del servicio.

### **Desventajas**

- El empresario puede manipular los precios a criterio propio, lo que puede afectar al cliente.

**2.6.3 Selección de los canales de comercialización.** Para este tipo de servicios no se emplean intermediarios, por tal razón, se argumenta que el canal es directo: Empresa – Cliente. Ver Figura 19

**Figura 19 Canal de Comercialización**



Teniendo en cuenta que la estructura del canal de comercialización actual es directa: EMPRESA – CLIENTE.

### **2.7 PRECIO**

El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el interesado sobre el servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el servicio. Debe conocerse si lo que busca el cliente es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de

decisión principales. En muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda del servicio<sup>22</sup>.

La correcta elección de una estrategia debe tener como base la siguiente información vital para que sea un éxito.

- Producto – Tipo – Características
- Tipo de mercado – Competencia
- Objetivos de la empresa para con el servicio

**2.7.1 Análisis de precio.** Para efectos de cuantificar los ingresos de esta investigación se tomará un promedio estimado del aporte realizado en la aplicación de la encuesta, dependiendo del tipo de servicio a ofrecer. Adicionalmente se investigó el precio cobrado por la empresa ubicada en Bogotá “FUNERAVET” que presta los mismos servicios que se piensan ofrecer en la ciudad. Ver cuadro 23 Anexo N

**Cuadro 23. Precio estimado de Servicio**

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	TAMAÑO MASCOTA	VALOR SERVICIO
Cremación colectiva sin depósito de cenizas	Grande	170.000
	Mediana	150.000
	Pequeña	120.000
Cremación Individual con devolución de cenizas	Grande	550.000
	Mediana	500.000
	Pequeña	400.000

<sup>22</sup> Secretaría de Mercado. Emprendedores. Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda [on line] <http://www.esmas.com/emprendedores/startups/comohacerestudios/400992.html>.

Entierro en Fosa	Grande	600.000
	Mediana	500.000
	Pequeña	400.000

Fuente: Autoras

**2.7.2. Estrategia de Fijación de Precios.** Actualmente, el mecanismo de fijación de los precios para el servicio Fúnebre para mascotas está definido por el libre juego de la oferta y la demanda: es decir, los precios no son controlados por el estado. De acuerdo a esto, la funeraria que se espera crear fijará los precios teniendo en cuenta los costos de prestación de servicio, comercialización y ventas, dejando la respectiva utilidad.

## 2.8 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

**2.8.1 Objetivos.** Dar a conocer los servicios de la funeraria los cuales se prestarían a través de medios publicitarios con el fin de atraer usuarios a la empresa.

- Llegar a todos los hogares de la ciudad de Bucaramanga, mediante un medio masivo, con el objeto de crear expectativas del servicio en los dueños de las mascotas.
- Lograr reconocimiento a través de recursos publicitarios (medios escritos, visuales y radiales) lograr posicionar la empresa entre las más importantes del país.
- Despertar en el cliente potencial el interés hacia el servicio que se ofrece prestar, mediante la utilización de la publicidad aumentando de esta forma la demanda existente.

**2.8.2 logotipo.** El logo será la imagen representativa de la empresa Cementerio de Mascotas, “MI REFUGIO”, compuesto por una figura ovalada que contiene la razón social de la empresa y el eslogan “Porque fueron parte de ti”. Lo que se busca con este logo es mostrar visualmente un servicio amable a personas y familias, a quienes se les haya muerto alguna mascota, respetando su dolor y sentimientos.

La R de Refugio se hizo en forma de mariposa, esto en función de expresar de manera simbólica el hecho de enterrar a un ser querido –para este caso la mascota-, es decir, transformación y libertad. Ver figura 20.

**Figura 20. Logotipo**



Fuente. Autoras

**2.8.3 Lema.** El slogan de la nueva empresa será: “PORQUE FUERON PARTE DE TI”, el cual junto con el logotipo muestra el respeto y el aprecio con que la empresa se encargará de ofrecer el servicio de entierro de mascotas a cada uno de sus clientes.

**2.8.4. Análisis de Medios.** El análisis de medios se hizo teniendo en cuenta lo que emplean actualmente las empresas proveedoras de los servicios fúnebres para humanos y también teniendo en cuenta el deseo manifestado en las encuestas realizadas de cómo desean enterarse sobre este tipo de servicios.

- ❖ Impresos o escritos: Directorios Telefónicos, volantes, prensa.
- ❖ Sonoros o auditivos: Radio, teléfono
- ❖ Multimedia: Internet

**2.8.5 Selección de medios.** Para el proyecto se utilizarán los medios de publicidad que fortalezcan la imagen de la entidad, que tenga gran cobertura de población objetivo y que sea de bajo costo. Los medios seleccionados son los escritos, como el periódico, pancartas. Directorio telefónico, volantes y tarjetas de presentación.

**2.8.6 Estrategias publicitarias.** Para que los servicios Fúnebres para mascotas sean reconocidos en el mercado. La empresa propone impulsarlo con la ayuda de las siguientes estrategias:

- Las instalaciones de la entidad tendrá un aviso en la entrada que llevará el nombre de la institución. Y dentro de esta, se colocaran pendones con información destacada del servicio.
- Se realizará el lanzamiento con invitados especiales por la institución, con el fin de dar a conocer la Entidad y los servicios a ofrecer. Este evento se realizará en las instalaciones de la oficina.
- Se repartirán Tarjetas de presentación de la entidad a la comunidad.
- Se entregaran plegables con información de la Institución.

- Se repartirán volantes que dan a conocer el servicio de la Funeraria para mascotas, diseñados con información clara y precisa para atraer los clientes.
- Se realizara una publicación en las páginas amarillas del directorio telefónico.
- Se contratará cuñas radiales en las emisoras La mega y Rumba estéreo durante el primer mes.

### 2.8.7 Presupuesto de Publicidad y promoción

**Publicidad de lanzamiento.** Se realizará un acto de lanzamiento en las instalaciones de la empresa Cementerio para mascotas “MI REFUGIO”.

Este Lanzamiento Oficial consiste en invitar a algunas de las personas que colaboraron en la aplicación de la encuesta y que confirmaron la aceptación de la nueva empresa y dueños de veterinarias, considerados un vínculo importante para dar a conocer el servicio que ofrecerá la nueva empresa. Ver Cuadro 24, Anexo C y D.

**Cuadro 24. Publicidad de lanzamiento**

CANT.	DESCRIPCIÓN	\$ UNIT.	\$ TOTAL
100	Cócteles	2.000	200.000
100	Volovanes de queso	400	40.000
100	Volovanes de pollo	400	40.000
90	Cuñas radiales en la Mega (tres diarias/mes)	16.250	1.462.500
90	Cuñas radiales en Rumba estéreo (tres diarias/mes)	15.000	1.350.000
1000	Volantes media carta	145	145.000
1	Alquiler video beam	50000	50.000
	<b>Total</b>		<b>3.287.500</b>

Fuente. Diseño Empresarial. Litografía y Tipografía. Emisora Rumba St y La Mega

**Publicidad de Operación** Para su funcionamiento la empresa utilizará como publicidad lo expuesto en el cuadro 16, cantidades que se elaborarán cada año. Ver cuadro 21.

**Cuadro 25. Publicidad de mantenimiento**

<b>CANTIDAD</b>	<b>PUBLICIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL ANUAL</b>
1.000	Tarjetas de presentación, full color una cara Propalcote 250 gramos, plastificado brillante.	75,40	75.400
1.000	Hojas membreteadas, tres tintas, bond 75 gramos extrablanco	174,00	174.000
1.000	Sobres membreteados, tres tintas, bond 75 gramos extrablanco	174,00	174.000
1	Aviso en panaflex impreso (full color) con lona L.G. Tamaño: 3.00 mts. x 1.00 mts.	320.000,00	320.000
<b>Total</b>			<b>743.400</b>

Fuente. Diseño Empresarial. Litografía y Tipografía

## **2.9 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO**

La empresa Cementerio para mascotas Mi Refugio pretende ingresar al mercado a ofrecer los servicios de asistencia a las macotas fallecidas en la ciudad de Bucaramanga a través de servicios como la de cremación y entierro.

Finalizado el estudio de mercados se comprobó la presencia de mascotas en el 85% de los hogares ubicados en la ciudad de Bucaramanga de los cuales todo

este porcentaje se muestran interesados en solicitar los servicios funerarios para las mismas.

Así mismo a través de la realización de este estudio se ha podido observar como este proyecto de inversión presenta buen respaldo para su realización con respecto a los resultados arrojados por la encuesta, dando a conocer especialmente el alto porcentaje (86%) de hogares que si existiera la empresa estarían interesados en adquirir los servicios que esta ofreciera.

En la actualidad no existe una competencia fuerte, que le permitirá a la empresa prestar especial atención en las necesidades reales de los clientes, diseñar servicios de calidad que cumplan con las expectativas de estos y establecer métodos para posicionar los servicios de funeraria para mascotas, realizando énfasis en que es un servicio personalizado y único en el mercado.

Se establecieron los medios publicitarios de introducción y operación más adecuados en el desarrollo del proyecto. Se identificó que la forma de pago preferida por los encuestados es definitivamente el pago a crédito.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio sobre el tamaño del proyecto es fundamental para el futuro del Cementerio para mascotas “Mi Refugio”, la determinación del mismo será calculada con base en la información suministrada por la encuesta y de acuerdo al área bajo la cual será diseñada toda la infraestructura del mismo.

#### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto está ligado a la capacidad real de atender la demanda y de manejar racionalmente, los recursos que permitirán la optimización y la rentabilidad del mismo.

**3.1.1 Descripción del Tamayo del proyecto** El tamaño del proyecto está dado en función de factores como la demanda, la oferta, la localización, la disponibilidad de los recursos que permitan establecer la cantidad de servicios que puedan llegar a ofrecer y los que realmente prestará.

**3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.** Dentro de los factores que condicionan el tamaño de un proyecto se encuentran:

- **La Demanda.** El estudio de mercados determinó que sí hay demanda para el nuevo proyecto, ya que de acuerdo a este estudio el 88% de la población encuestada estaría interesada en encontrar un empresa que le ofreciera este tipo de servicios y que su puesta en marcha generaría bienestar tanto a los propietarios de mascotas como a los habitantes ubicados en la ciudad de Bucaramanga, si se observa que un adecuado manejo de los cuerpos inertes de

éstos animales genera salubridad a la población involucrada.

- **Capacidad financiera.** Los recursos monetarios requeridos para llevar a cabo el proyecto son: local el cual será en arriendo, área destinada para la operación de la empresa (cementerio para mascotas). Se requiere contar con recursos propios y fuentes de financiación a través de entidades para garantizar el flujo de dinero e iniciar el montaje. El monto requerido se calculará en el estudio financiero.
- **Localización.** Esta se encuentra condicionada por la reglamentación del Plan de ordenamiento Territorial, el cementerio se debe ubicar en un lugar apto para la realización de las actividades inherentes a la prestación del servicio de cremación y entierro de mascotas y se debe localizar en las afueras de la ciudad y su área metropolitana.
- **Capacidad administrativa.** Está garantizada la administración profesional de esta nueva unidad de negocio, las personas encargadas del cementerio para mascotas -las autoras- poseen conocimientos para el manejo administrativo, permitiendo la puesta en marcha de una empresa que garantice la prestación de un servicio eficiente y eficaz. De igual manera para la parte operativa se contratará personal capacitado para realizar el servicio que solicite cada cliente en particular.
- **Conducta de la demanda con relación al ingreso y a los precios.** Por tratarse de una empresa dedicada a ofrecer el servicio fúnebres para sus mascotas, se considera que el comportamiento de la demanda con relación a los precios, estará afectado directamente por los costos de operación, por el horno crematorio y el terreno para adecuar dicho horno, así mismo las urnas donde se

depositarán los restos de las mascotas, de la misma manera se dará la afectación sobre los ingresos.

**3.1.3 Capacidad total diseñada.** El tamaño del proyecto se encuentra íntimamente ligado a la capacidad que existe en atender la demanda, así como la de manejar los recursos y la infraestructura de la manera más adecuada, que permita obtener la rentabilidad que se espera. La capacidad del proyecto está definida por las siguientes etapas:

Esta se define en términos de servicios funerarios a ofrecer, lo cual involucra aspectos tales como: hogares que tienen mascotas y porcentaje de éstos que aceptan la creación de una empresa que ofrezca el servicio funerario a sus mascotas. Se tendrá en cuenta lo siguiente para el cálculo de la capacidad diseñada:

Promedio de vida de un canino <sup>23</sup>	13 años
Promedio de vida de un humano <sup>24</sup>	75 años

$75 \text{ años} / 13 \text{ años} = 6$  Mascotas puede llegar a tener una persona durante su vida.

Por lo tanto tenemos que nuestro mercado potencial corresponde a 39.157 Familias en Bucaramanga con mascotas e interesadas en adquirir los servicios.

$39.157 \times 6 \text{ mascotas} / 75 \text{ años promedio} = 3.133$  Servicios funerarios a vender por año.

---

<sup>23</sup> [www.todosobremascotas.com](http://www.todosobremascotas.com)

<sup>24</sup> <http://www.lukor.com/hogarysalud/08060901.htm>

**Capacidad instalada** Está dada por los servicios que se esperan prestar realmente con la estructura instalada y el personal contratado. Para determinar la capacidad instalada se tendrá en cuenta cada uno de los servicios que se presupuesta prestar por las características de los mismos:

✓ **Servicio Cremación individual**

La capacidad instalada para el servicio de cremación individual se define por un tiempo de producción ( min/año), calculado con base en la capacidad del horno crematorio que se adquirirá, el cual será manipulado por un operario que laborará en la empresa en un turno de 8 horas diarias durante seis días a la semana para un total de 48 horas semanales. Ver calculo Cuadro 26

✓ **Servicio Cremación Colectiva**

La capacidad instalada para el servicio de cremación colectiva está dada por la capacidad del refrigerador Ref. RCS 2P cotizado a la empresa Coopofrio y por el Horno crematorio adquirido, estos equipos serán utilizados por un operario que laborará un turno de 48 horas semanales. Al no existir un dato real de la tasa de mortalidad de las mascotas no se puede precisar cuánto tiempo debe esperar en el refrigerador, por lo tanto se tendrá en cuenta el cupo del equipo cotizado que corresponde a 7 mascotas de hasta 25 kilos de peso.

✓ **Servicio Entierro**

Para el caso de los servicios de entierro se contará con un terreno en el cual se adecuará un área de 7.000 metros para la zona de fosas las cuales tendrán una medida de 1 metro cuadrado para cada servicio, esto permitirá a la empresa capacidad de albergar 700 mascotas que su peso no supere los 25 kilos, en caso

de que la solicitud de entierro sea para una mascota de mayor tamaño esta capacidad se reduciría.

➤ **Calculo de la capacidad del horno**

Para el cálculo de la capacidad del horno se tuvo en cuenta la ficha técnica del equipo, por lo tanto tenemos:

Capacidad Horno HCM 35 60 Kg. Tiempo de cremación 90 min. por lo tanto para cremar un mascota de 25 kg, gasta 38 min.

➤ **Calculo de la capacidad del Refrigerador**

Para el cálculo de la capacidad del refrigerador se tuvo en cuenta la ficha técnica del equipo por lo tanto tenemos:

Capacidad Refrigerador RCS-2P 180 Kg. o 7 mascotas de 25 kg. Por lo tanto se tiene que para cremar 7 mascotas gastan 270 min.

**Cuadro 26. Tiempo de prestación por unidad de Servicio**

TIEMPOS DE PRESTACION DEL SERVICIO				
UN OPERARIO				
	Preparación	Traslado	Cremación/Entierro	Tiempo
Cremación Individual	40 min	3 min	38 min	81 min
Cremación Colectiva	120 min	30 min	270 min	420 min
Entierro	40 min	10 min	50 min	100 min
<b>Total</b>	<b>200 min</b>	<b>43 min</b>	<b>358 min</b>	<b>601 min</b>

Fuente: Autoras

➤ **Tiempo de duración total de prestación por servicio /minutos al año**

1 Operario x 1 turno x 480 min x 6 días x 4 semanas x 12 meses = 138.240 min/año.

A este tiempo le restamos el tiempo ocioso o suplementario el cual se considera de 20 min en la mañana y 20 min en la tarde, para obtener el tiempo real de producción (min/año):

Menos tiempo ocioso/ minutos al año:

1 operario x 1 turno x 40 min x 6 días x 4 semanas x 12 meses = 11.520 minutos al año.

➤ Tiempo real duración total del servicio/ minutos al año:

138.240 min/año - 11.520 min/año = 126.720 minutos al año

El porcentaje de participación que se tiene en cuenta corresponde al obtenido en el estudio de mercados según la pregunta 8 sobre preferencias de servicio para destino final de la mascota.

### Cuadro 27. Tiempo duración total por servicio

TIEMPO DURACION TOTAL DEL SERVICIO			
	Participación	Tiempo/año	Tiempo Total
Cremación Individual	71%	98.150	89.971
Cremación Colectiva	10%	13.824	12.672
Entierro	19%	26.266	24.077
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>138.240</b>	<b>126.720</b>

Fuente: Autoras

### Cuadro 28. Capacidad Total Instalada

	Tiempo Servicio	Tiempo anual en minutos	Servicio anuales
Cremación Individual	81 min	89.971	1.111
Cremación Colectiva	420 min	12.672	30
Entierro	100 min	24.077	241
<b>Total</b>	<b>601 min</b>	<b>126.720</b>	<b>1.382</b>

Fuente: Autoras

**Capacidad utilizada y proyectada** Determina el margen de capacidad utilizada y el grado de participación que atenderá inicialmente del mercado. La empresa iniciará actividades y atenderá el 70 % de la capacidad total instalada; si se quisiera aumentar dicha participación se requerirá de un estudio más profundo de optimización de recursos que permita evaluar y llevar a cabo un incremento en la participación del mercado. A este porcentaje de participación se le incrementará un 5% año a año, porcentaje estimado por los autores como crecimiento de las ventas durante los cinco años de vida útil del proyecto. Ver Cuadros 29 al 33

**Cuadro 29. Capacidad utilizada y proyectada en términos de servicios funerarios a vender por año 1**

SERVICIOS	AÑO	MES	DIA
Cremación Individual	778	65	3
Cremación Colectiva	21	2	0
Entierro	168.7	14	1
<b>Total</b>	<b>967</b>	<b>81</b>	<b>3</b>

Fuentes Autoras

**Cuadro 30. Capacidad utilizada y proyectada en términos de servicios funerarios a vender por año 2**

SERVICIOS	AÑO	MES	DIA
Cremación Individual	817	68	3
Cremación Colectiva	22	2	0
Entierro	177	15	1
<b>Total</b>	<b>1,016</b>	<b>85</b>	<b>4</b>

Fuentes Autoras

**Cuadro 31. Capacidad utilizada y proyectada en términos de servicios funerarios a vender por año 3**

SERVICIOS	AÑO	MES	DIA
-----------	-----	-----	-----

Cremación Individual	857	71	3
Cremación Colectiva	23	2	0
Entierro	186	15	1
<b>Total</b>	<b>1,067</b>	<b>89</b>	<b>4</b>

Fuentes Autoras

**Cuadro 32. Capacidad utilizada y proyectada en términos de servicios funerarios a vender por año 4**

SERVICIOS	AÑO	MES	DIA
Cremación Individual	900	75	3
Cremación Colectiva	24	2	0
Entierro	195	16	1
<b>Total</b>	<b>1,120</b>	<b>93</b>	<b>4</b>

Fuentes Autoras

**Cuadro 33. Capacidad utilizada y proyectada en términos de servicios funerarios a vender por año 5**

SERVICIOS	AÑO	MES	DIA
Cremación Individual	945	79	3
Cremación Colectiva	25.5	2	0
Entierro	205	17	1
<b>Total</b>	<b>1,176</b>	<b>98</b>	<b>4</b>

Fuentes Autoras

## 3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

**3.2.1 Macrolocalización.** Se investigó la ubicación óptima para la ubicación del Cementerio para mascotas “Mi Refugio”, para ello se deduce que la ciudad de Bucaramanga es la más adecuada dado que en esta zona es donde se concentra la mayor parte del mercado objetivo.

**3.2.2 Microlocalización.** Para determinar la ubicación, del predio más conveniente, para la ubicación del cementerio para mascotas es necesario adquirir en arrendamiento un inmueble con área total disponible para la prestación del servicio de cremación y entierro, administración y ventas, que favorezca a la empresa en cuanto al canon de arrendamiento, disponibilidad de servicio públicos, seguridad, servicio de transporte y facilidad de acceso a los recurso.

De acuerdo con el decreto número 089 de Junio de 2004 emitido por la alcaldía de Bucaramanga, por el cual se copilan los Acuerdos 034 de 2000, 018 de 2002 y 046 de 2003 que conforman el Plan de Ordenamiento Territorial, el servicio ofrecido por la empresa se encuentra clasificado e indica que este tipo de servicios deberán ser prestados en las afueras de la ciudad y su área metropolitana, por lo tanto se escogió un finca de una hectárea ubicado adelante del alto de los padres ubicado en el kilometro 14 en la vía a Cúcuta.

Para la escogencia de la oficina para el cementerio para mascotas “Mi Refugio” en la ciudad de Bucaramanga, se consideraron tres sitios:

**Cuadro 34. Descripción de predios para estudio de micro localización**

DESCRIPCIÓN	LOCAL A	LOCAL B	LOCAL C
<b>Ubicación</b>	Centro Ccial Acrópolis Ciudadela Real de Minas Avenida los Samanes # 9 -140 Local 108 A	Carrera 33 # 47-34/44/52 L 145 C.C. Altamonte Cabecera de Llano	Calle 54 N° 22-28 Barrio Nuevo Soyomayor
<b>Estrato</b>	4	6	4
<b>Área</b>	30 m <sup>2</sup>	16 m <sup>2</sup>	25 m <sup>2</sup>
<b>Valor arriendo</b>	\$780.000	\$850.000	\$750.000
<b>Servicios</b>	Agua, luz, gas natural y teléfono	Agua, luz, gas natural y teléfono	Agua, luz, gas natural y teléfono

Fuente. Autoras

Los predios anteriormente seleccionados fueron revisados en Planeación Municipal, de acuerdo a la carta urbana para Bucaramanga, para lo cual no hay ninguna restricción para la oficina del Cementerio para Mascotas “Mi Refugio”

A continuación se describen los factores seleccionados para ser evaluados y valorados, de acuerdo al método cualitativo por puntos:

**F1. Tipo de actividad que se desarrolla en el sector:** El factor evalúa si el sector se encuentra cerca de establecimientos comerciales que manejan gran número tanto de clientes como de empleados.

**F2. Canon de arrendamiento:** Evalúa si el valor correspondiente al canon de arrendamiento es alto, aceptable, o económico.

**F3. Disponibilidad de servicios públicos:** Evalúa si el lugar dispone de servicios públicos para el normal desarrollo de las actividades, tales como servicio telefónico, energía eléctrica, gas y acueducto.

**F4. Área disponible.** Evalúa si el lugar -área- es el requerido para el montaje de la distribuidora y cuenta con la disponibilidad suficiente de espacio para una adecuada distribución de la infraestructura a instalar.

**F5. Condiciones de vías de comunicación:** Involucra la existencia de fácil acceso y estado de las vías.

- **División de los factores en grados**

**F1. Tipo de actividad que se desarrolla en el sector**

Grado:

1. Convergen pocos establecimientos comerciales reconocidos.

2. Convergen algunos de los establecimientos comerciales reconocidos.
3. Convergen la mayoría de establecimientos comerciales reconocidos.

**F2. Canon de arrendamiento**

Grado:

1. Canon de arrendamiento (\$ 700.001- \$ 750.000)
2. Canon de arrendamiento (\$ 750.001 - \$ 700.000)
3. Canon de arrendamiento (\$ 800.000 - \$ 650.000)

**F3. Disponibilidad de servicios públicos**

Grado:

1. Cuenta con agua y luz
2. Cuenta con agua, luz y teléfono
3. Cuenta con agua, luz, gas y teléfono

**F4. Área disponible**

Grado:

1. Área de 10 a 15 mts<sup>2</sup>
2. Área de 16 a 20 mts<sup>2</sup>
3. Área de más de 20 mts<sup>2</sup>

**F5. Condiciones de vías de comunicación**

Grado.

- 1 Vías de acceso aceptables.
- 2 Buenas vías de acceso.
- 3 Excelentes vías de acceso.

Para efectos de la ponderación se determinó en base a un total de 500 puntos así:

**Cuadro 35 Puntuación de los factores de microlocalización**

FACTOR	PONDERACIÓN	PUNTAJE
--------	-------------	---------

<b>F1</b>	15%	Grado 1 = 15
		Grado 2 = 45
		Grado 3 = 75
<b>F2</b>	20%	Grado 1 = 20
		Grado 2 = 60
		Grado 3 = 100
<b>F3</b>	15%	Grado 1 = 15
		Grado 2 = 45
		Grado 3 = 75
<b>F4</b>	30%	Grado 1 = 30
		Grado 2 = 90
		Grado 3 = 150
<b>F5</b>	20%	Grado 1 = 20
		Grado 2 = 60
		Grado 3 = 100

Fuente. Autoras

### **Cuadro 36. Análisis de los factores y puntuación**

<b>FACTOR</b>	<b>PREDIO A</b>		<b>PREDIO B</b>		<b>PREDIO C</b>	
	<b>GRADO</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>GRADO</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>GRADO</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>1</b>	2	45	3	75	2	45
<b>2</b>	2	60	1	15	3	100
<b>3</b>	3	75	3	75	3	75
<b>4</b>	3	150	1	30	3	150
<b>5</b>	3	100	3	100	3	100
<b>TOTAL</b>		<b>430</b>		<b>295</b>		<b>470</b>

Fuente. Autoras


Como se observa en el cuadro anterior, de acuerdo a la ponderación y a la calificación por puntos, el mejor local para la ubicación del Cementerio para Mascotas “Mi Refugio” es el predio C, el cual se encuentra ubicado en la Calle 54 # 22-28 del Barrio Nuevo Sotomayor.

### **3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO**

La ficha técnica del servicio incluye información relacionada con el servicio funerario.

**3.3.1 Ficha técnica del servicio.** El servicio a prestar en empresa de servicios recreativos y musicales se contempla la siguiente ficha técnica.

**Figura 21. Ficha técnica del servicio que se ofrece en la empresa**

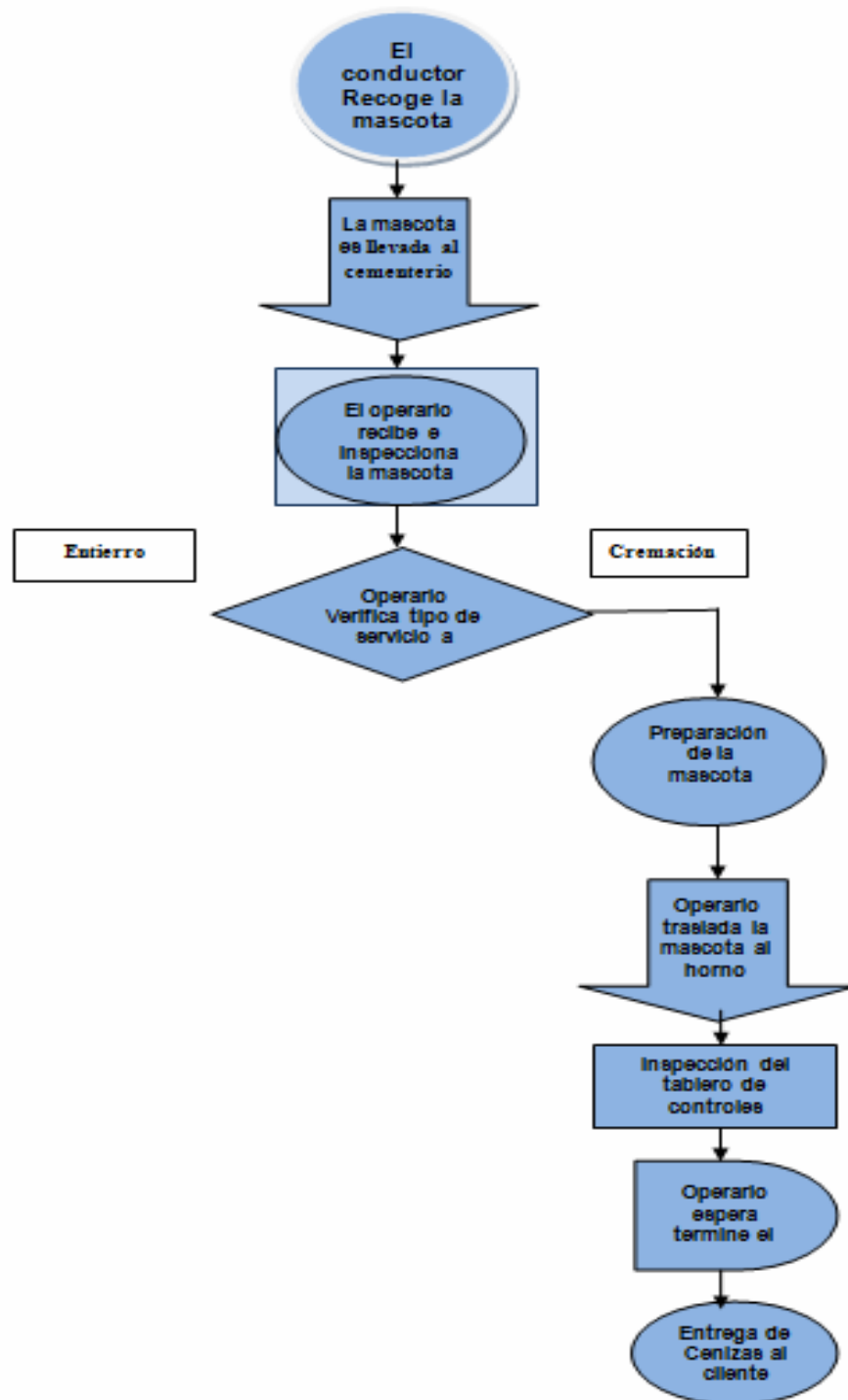
		<b>FICHA TECNICA CEMENTERIO PARA MASCOTAS MI REFUGIO</b>	
		<b>VERSIÓN 1</b>	<b>Página 1 de 1</b>
		<b>SOMI-01</b>	
<b>NOMBRE DEL SERVICIO</b>	SERVICIOS DE FUNERARIA PARA MASCOTAS, CREMACIÓN , ENTIERRO.		
<b>CLIENTES</b>	PROPIETARIO DE MASCOTAS		
<b>DISEÑO</b>	<p>Servicio exclusivo para perros, gatos y aves, sin distingo de edad, sexo o raza.</p> <p>El servicio será ofrecido de acuerdo a las necesidades del cliente. El horario de atención a clientes será las 24 horas y la atención de oficina será en horario laboral</p>		
<b>DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO</b>	<p>Recoger la mascota, en la casa o en la veterinaria o en el sitio indicado por el cliente, en la ciudad de Bucaramanga.</p> <p>Una vez recogida la mascota se confirma el tipo de servicio escogido por el cliente:</p> <p>Si desean que la mascota sea cremada y no recuperar las cenizas, obtendrá un servicio básico, cuyo costo depende de la raza, peso y tamaño del animal.</p> <p>Si desean una cremación individual con devolución de cenizas.</p> <p>Si adicional a la cremación desean lápida y lote por tres años en donde pueden visitar la mascota los días que deseen.</p>		
<b>REQUISITOS LEGALES</b>	<p>Resoluciones N° 058 de enero 21 del 2002 y la N° 0886 de Julio 27 del 2004, por el cual se establecen las normas y límites máximos permisibles de emisión atmosférica que puedan afectar la salud humana, al ambiente o los recursos naturales renovables.</p> <p>Decreto 089 de Julio 09 2004: por el cual se cumplen los acuerdos 034 de 2000, 018 de 2002 y 046 de 2003 que conforman el Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Bucaramanga” Art. 121 De la Localización de los Equipamientos según su Escala.</p> <p>Decreto 2676 Diciembre 2000 “Por el cual se reglamenta la gestión integral de los residuos hospitalarios y similares”</p>		
<b>REQUISITOS DE OPORTUNIDAD</b>	De 1 día hasta tres años, depende del servicio fúnebre escogido		
<b>ELABORO</b>	<b>REVISO:</b>	<b>APROBO</b>	

### 3.3.2 Descripción técnica del servicio.

- **Diseño del Proceso Servicio de Cremación** Descripción Técnica del Servicio de Cremación. El servicio de Cremación se realizará de la siguiente manera:

- 1 El conductor procede a recoger la mascota en la dirección que el cliente indicó.
- 2 El operario recibe en el cementerio la mascota y verifica con la asistente administrativa el tipo de servicio que se va a prestar.
- 3 El operario prepara la mascota. (esta preparación incluye un baño, limpieza de heridas si las tiene y un leve cepillado si lo requiere.
- 4 Si la cremación es individual se procede a ingresar el animal en la cámara primaria.
- 5 El Operario procede en el tablero de control a fijar la temperatura y el tiempo de operación de acuerdo al peso de la mascota.
- 6 Terminado el ciclo de cremación, el operario debe esperar 15 minutos y procede a recoger las cenizas y guardarlas en una bolsa hermética y después en un cenizario para ser entregadas a los dueños de las mascotas.
- 7 Si la cremación escogida por el cliente es la colectiva, se tendrá que esperar a que se reúna el mínimo número de mascotas requeridas que corresponde a la capacidad del refrigerador cotizado, el cual según ficha técnica e tiene capacidad de albergar para 7 mascotas con promedio de peso de 25 kilos. Por lo tanto el Operario guarda la mascota en el refrigerador. Ver Figura 22

Figura 22 Flujo Servicio de Cremación



La venta del servicio se realizará de la siguiente manera:

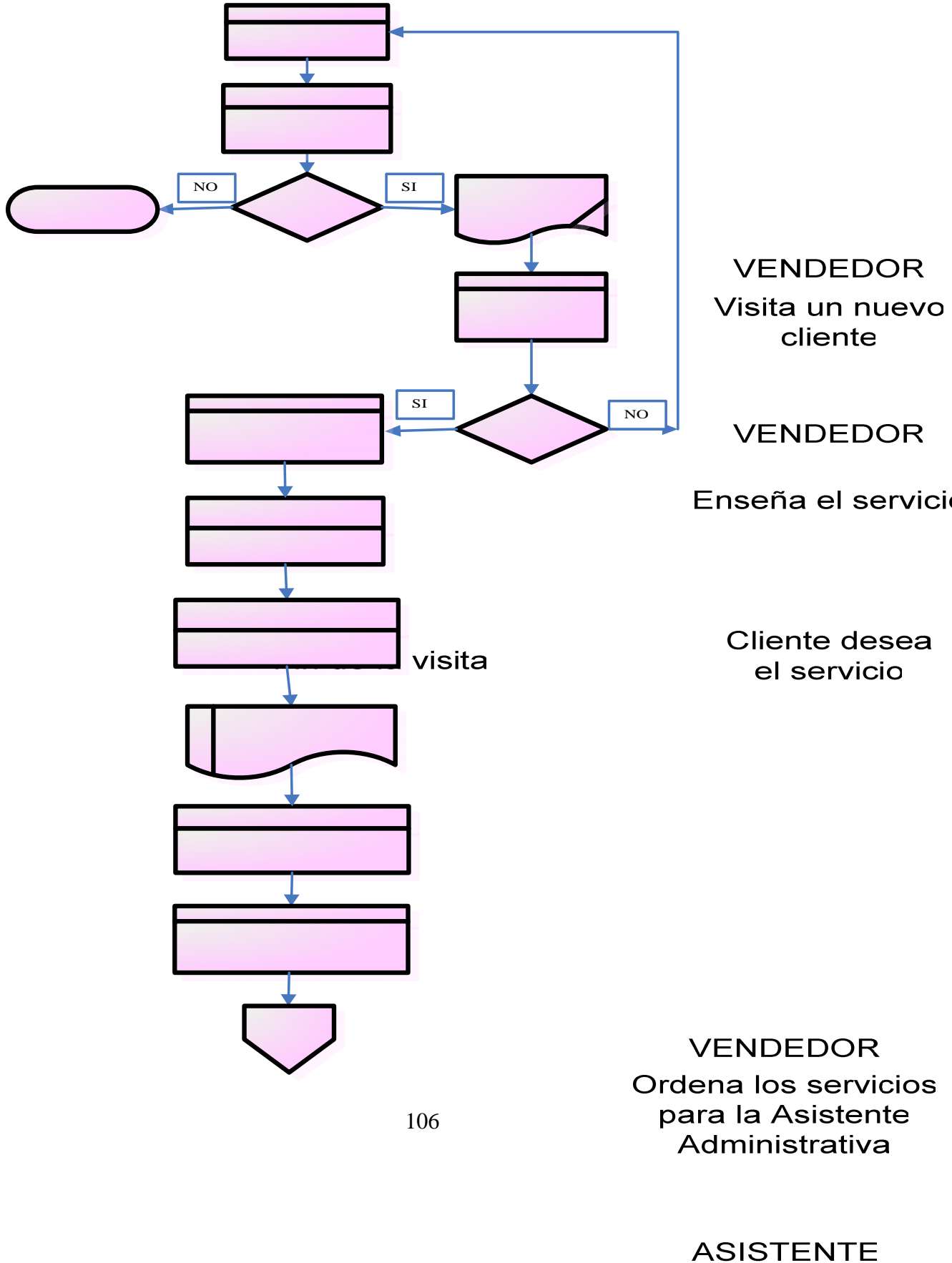
1. El vendedor se dirige hacia la ruta demarcada, para visitar al cliente.
2. Una vez llega el vendedor al hogar del cliente, enseña a este las bondades del servicio que se ofrece y espera la decisión de compra o no del servicio.
3. Si hubo venta el vendedor registra la orden de servicio dándole al cliente el precio total de este, de acuerdo a lo solicitado por el propietario y/o persona que va a realizar el pago; si no tuvo éxito en la visita se da por terminada y se dirige a realizar una nueva visita.
4. El vendedor entrega al cliente una copia de la orden de servicio para que al momento de ser entregado, éste se cerciore que el precio y las condiciones del servicio son los pactados.
5. El vendedor termina su ruta y ordena sus órdenes de servicio a la asistente administrativa, quien al día siguiente se encargará de la facturación de cada uno de éstos.
6. Las órdenes de servicio son archivadas a fin de tener el informe contable que muestre a la hora de realizar el servicio las condiciones establecidas por el cliente.
7. Con la factura ya impresa y descargada al sistema, se entrega al cliente para que tenga el soporte del servicio cuando necesite hacerlo efectivo.
8. El mensajero entrega la factura al cliente, recibiendo el dinero correspondiente al servicio.

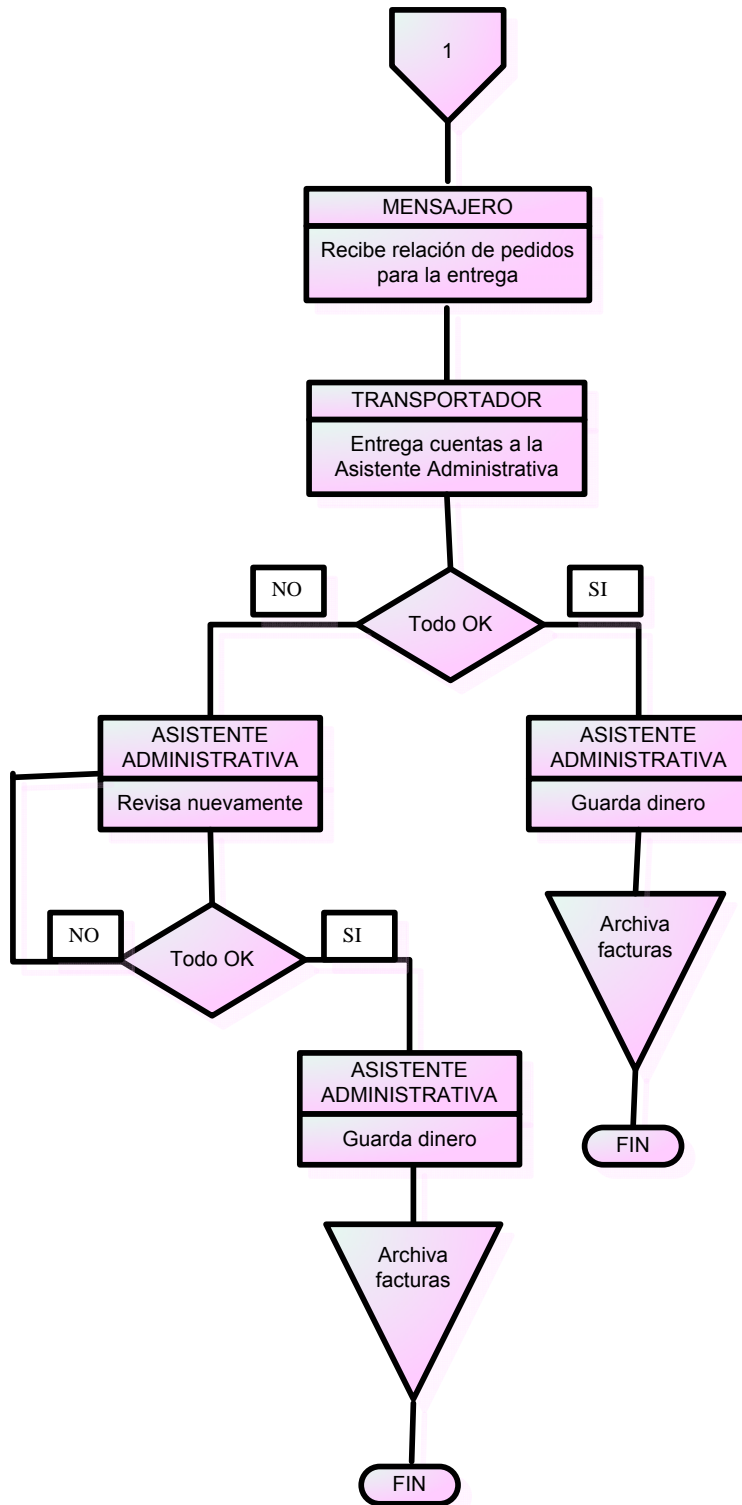
9. Luego de entregar las facturas y recibir el dinero de las facturas, el mensajero se dirige a las instalaciones de Cementerio para Mascotas “Mi Refugio” donde entrega cuentas a la asistente administrativa.

10. La asistente administrativa revisa que todo esté en orden y procede a guardar el dinero y a archivar las facturas.

**3.3.3 Diagrama del proceso.** Muestra de manera gráfica el proceso de Prestación del proceso de servicio de cremación y de la Venta del servicio, en otras palabras, identifica de manera detallada, ordenada, secuencial y de fácil entendimiento, cada uno de los pasos en donde se involucra el proceso de venta del servicio fúnebre para mascotas. Ver figura 23

Figura 23. Diagrama de proceso Comercial





Los tiempos requeridos para la prestación del servicio de cementerio para mascotas están condicionados por la preferencia del dueño y/o persona que solicita el servicio, este en últimas es quien decide si su mascota va a ser cremada de manera colectiva o individual o si por el contrario será sepultada en tierra.

Si la mascota va a ser cremada de manera colectiva se tendrá que esperar a que se reúna el mínimo número de mascotas requeridas para hacer la cremación, situación que no puede medirse de manera cuantitativa, pues está condicionada en la acción de llenar un número determinado de éstas para proceder a realizarla.

**3.3.4 Control de calidad.** Cementerio para mascotas “Mi Refugio”, realizará el control de calidad por medio de llamadas telefónicas realizadas por la Asistente Administrativa, a fin de corroborar si el servicio prestado lleno las expectativas del cliente.

En caso contrario se tomaran las medidas respectivas para mejorar los inconvenientes identificados, a fin de ofrecer un servicio 100% de calidad.

De igual manera se estará atento a nuevas sugerencias en pro de mejorar la prestación de cada uno de los servicios a ofrecer.

**3.3.5 Recursos.** Es importante identificar la infraestructura requerida para la puesta en marcha del cementerio para mascotas “Mi Refugio”. A continuación se muestran cada uno de los recursos necesarios para tal fin.

**Recurso Humano.** Para el funcionamiento y puesta en marcha del cementerio para mascotas “Mi Refugio”, ver cuadro 37, se requiere:

**Cuadro 37. Distribución recurso humano**

<b>CARGO</b>	<b>No. PERSONAS</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	
Gerente	1
Contador	1
Asistente Administrativo	1
Vendedor	1
Mensajero - Conductor	1
Sepulturero	1

Fuente. Autoras

**Recurso Físico.** Se dispondrá de las siguientes herramientas, equipos de Cremación HCM 35, Equipo de Refrigeración RCS 2P, muebles y enseres para el acondicionamiento de la empresa.. Ver cuadro 38.

**Cuadro 38. Maquinaria y Equipo**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Sistema de cremación. HCM 35	1
Refrigerador RCS-2P	1

Fuente: Caltec, Coopofrio

✓ **Sistema de Cremación HCM 35**

Los hornos crematorios de la serie HCM han sido desarrollados para destruir, en forma rápida y eficaz, cuerpos de animales enteros en condiciones de máxima

higiene y respetando las disposiciones vigentes en cuanto a protección del medio ambiente.

Son hornos con una sencilla operación y alta confiabilidad, lo que posibilita una cremación económica de restos orgánicos de origen animal y vegetal, usando combustibles como gas natural, GLP o combustible líquido.

**Cuadro 39. Especificaciones Técnicas Horno**

<b>HORNO CREMATORIO REFERENCIA HCM 35</b>	
Consumo de gas natural por ciclo de operación	25 m <sup>3</sup>
Consumo de energía eléctrica por ciclo	4 kw
Tiempo de cremación, condiciones normales	1,5 hs.
Temperatura de operación cámara de cremación	800°C
Temperatura operación cámara re combustión	1.100°C
Capacidad del horno:	60 kg/h
Peso de la unidad:	3.850 kg

Fuente. Caltec Horno Industriales

✓ Refrigerador RCS – 2P

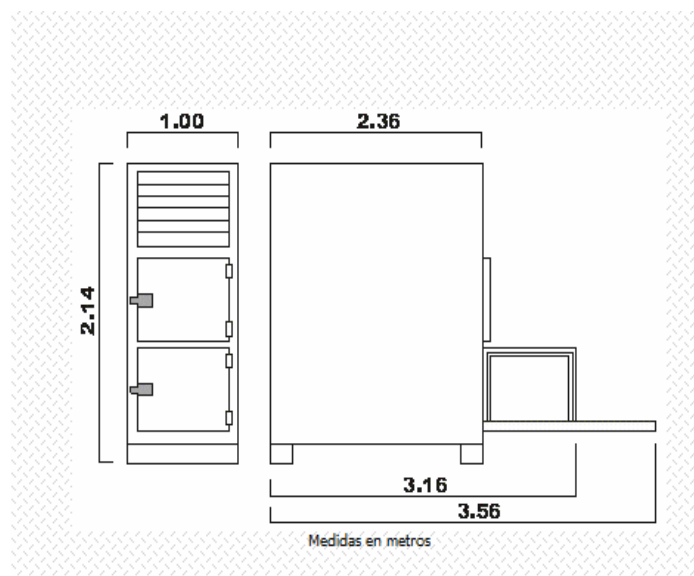
El refrigerador para cadáveres cuenta con aislamiento en Poliuretano de alta densidad de 3" de espesor para un mayor ahorro de energía eléctrica. Fabricado en acero inoxidable tipo 304 con acabo sanitario para su fácil limpieza. Picaporte reforzado, Charolas en acero inoxidable, Evaporador automático, Iluminación interior y puertas sólidas en acero inoxidable.

**Cuadro 40. Especificaciones Técnicas Refrigerador**

<b>ESPECIFICACIONES TECNICAS</b>	
Modelo:	RCS-2P
Medidas:	Frente : 1 mts. Fondo: 2.36 mts. Alto: 2.14 mts.
Capacidad	Dos cuerpos Humanos o 180 kilos de peso
Puertas	2
Charolas	10
Compresor	1 H.P
Voltios	220
Amperes	9.6
Alimentación eléctrica	Trifásica.

Fuente. Coopofrio Refrigeración Comercial e Industrial

**Figura N° 24**



**Cuadro 41 Terreno, Muebles, enseres, Herramientas y equipo de oficina**

Descripción	Cantidad
Terreno destinado para cementerio de mascotas (Hct.)	1
Picas	2
Azadones	2
Machetas	2
Podadora	1
Silla ejecutiva giratoria con brazos	1
Silla giratoria sin brazos	1
Silla fija Diana sin brazos	4
Puesto de trabajo en L	1
Escritorio gerente con gaveta y cajón	1
Teléfono fax marca Panasonic sencillo con identificación	1
Teléfono de teclas	1
Basureros	5
Botiquín	1
Reloj de pared	1
Extintor	1

Fuente. Oficol Ltda., Comercial Taiwán,

**Cuadro 42 Equipo de cómputo para el área administrativa**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
2	Equipo de computo
2	Impresora
2	Memoria USB

Fuente. Unicómputo

**Insumos.** Para la inhumación de los cadáveres de las diferentes mascotas se debe contar principalmente con dos tipos de insumos: Cenizarios y bolsas negras selladas para aquellas que van a ser cremadas y cajas de madera para las que van a ser enterradas.

Otros insumos requeridos son: productos de aseo, limpieza y papelería los cuales serán adquiridos a proveedores de la ciudad. Igualmente se utilizarán otros insumos de servicios públicos como: energía eléctrica, acueducto, alcantarillado y aseo. Ver cuadros 43 a 46.

**Cuadro 43 Insumos para cremación o entierro de mascotas**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Caja de madera sin talla dos manijas laterales. Razas Pequeñas	86
Caja de madera sin talla cuatro manijas laterales. Razas Medianas	86
Caja madera lisa cuatro manijas laterales. Razas Grandes	48
Caja cenizario 17*12*7 cms.	556
Caja cenizario 14*9*7 cms.	556
Bolsa tipo industrial cierre hermético	50

Fuente: Pedro pablo Valencia

**Cuadro 44. Insumos papelería**

PAPELERÍA	CANTIDAD
Agenda directorio Adress	1
Rollo fax dispapeles	3
Resma Carta	3
Caja lapicero kilométrico retráctil	1

Perforadora rank 1040	1
Cosedora rank 320	1
Caja gancho cosedora rank galvanizado	1
Caja clips wingo	1
AZ Norma	1
Pegastick por 40 gramos	3
Carpeta colgante fabrifolder	12
Caja gancho legajador triton	2
Paquete sobre manila carta	2
Sacagancho rank	2
Cartuchos de tinta negra para impresora	2
Cartuchos de tinta color para impresora	2
Talonarios de factura mediano con copia	6
Talonarios para factura membreteado media carta x 50 unidades con una copia	6

Fuente: Papelería El Asesor

#### **Cuadro 45. Útiles de aseo**

<b>ASEO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Balde para agua	1
Escobas Fuller	2
Traperos Fuller	2
Límpido JGB litro	12
Limpiador Fabuloso litro	12
Jabón polvo Dersa x kilo	12
Jabón liquido manos Palmolive	12
Toalla familia lavable dos en uno	12

Papel higiénico familia * 4 rollos	12
Recogedor de basura	1
Paquete bolsa tipo industrial 65*90 cms Caja x 50 unidades	12

Fuente: Almacén Limpia Hogar

**3.3.6 Estudio de proveedores.** Cementerio para mascotas “Mi Refugio”, mantendrá contacto directo con los proveedores para el normal funcionamiento del establecimiento. Ve cuadro 43 y Anexos C, F, G, I, J, K, L, M

**Cuadro 46. Detalle de proveedores**

CONCEPTO	DISTRIBUIDOR	DIRECCIÓN
Horno Crematorio HMC 35	Caltec Hornos industriales	Cra 18 N° 104 -130 Avda. Cañas Gordas Cali
Refrigerador RCS -2P	Coorpo Frio Refrigeración Comercial e Industrial	Calle 19 N° 16 -98 Bogotá
Cajas en madera y cajas cenizario	Carpintería Pedro Pablo Murcia	Calle 6 #11-60 Piedecuesta
Equipo de Oficina	OFICOL LTDA	Calle 35 # 20-33 Bucaramanga
Implementos de aseo	LIMPIA HOGAR	Av. Quebrada Seca #21-5 Bucaramanga
Bolsas tipo industrial	Plásticos Jar Mar	Carrera 14 # 33-11 Bucaramanga
Tarjetas de presentación, papel y sobres membreteados, volantes	CENTRAL CREATIVA Publicidad & Marketing	Carrera 24 #31-65 Bucaramanga
Papelería	Papelería El Asesor	Calle 35 #12-70 Bucaramanga
Partes y suministros para computador	Unicómputo	Carrera 33 #48-109 C.C. Gratamira Local 111 Bucaramanga
Publicidad de mantenimiento	Diseño Empresarial Litografía y Tipografía	Calle 43 # 37-88 Bucaramanga

Publicidad Radial	LA MEGA Y RUMBA RCN	Carrera 13ª #37-32 Bogotá
Electrodomésticos	Comercial Taiwan	Diagonal 15 #55-08 C.C. La Isla Local C- 15-16

### 3.3.7 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

**Localización Cementerio** Para el montaje de la empresa Funeraria para mascotas Mi Refugio se eligió la finca Mira Flórez ubicada adelante del alto de los padres en el kilómetro 14 en la vía a Cúcuta.

Se disponen de 1 hectárea que se acondicionarán de acuerdo a las necesidades de este tipo de negocio las cuales se dispondrán así:

- **Área de entrada:** La cual contará con su respectivo portón y zona de parqueos aproximadamente para 10 automóviles.
- **Área de ubicación para el Horno Crematorio** dictada por el flujo de trabajo a realizar, contará con el área destinada para laboratorio donde se realizará la preparación del cadáver y también se ubicará el refrigerador donde reposarán los cadáveres hasta cumplir el tope para prestar el servicio de cremación individual. Se debe prestar especial atención al lugar para carga, accesibilidad para el servicio, espacio para trabajos de mantenimiento y complementarios y muy importante una ventilación adecuada. En total esta zona tendrá un área de 11.5 metros por 5 metros y una altura mínima de la chimenea de 15 metros.

- **Área Fosas:** Esta representada por toda la zona verde restante y tendrá capacidad de albergar un promedio de 700 fosas de aproximadamente 1 metro por fosa en el caso de entierro de mascotas hasta 25 kilos de peso; para el entierro de mascotas que superen este peso, cada fosa tendrá una medida de 1.7 cms.

Figura 25 Área Cementerio

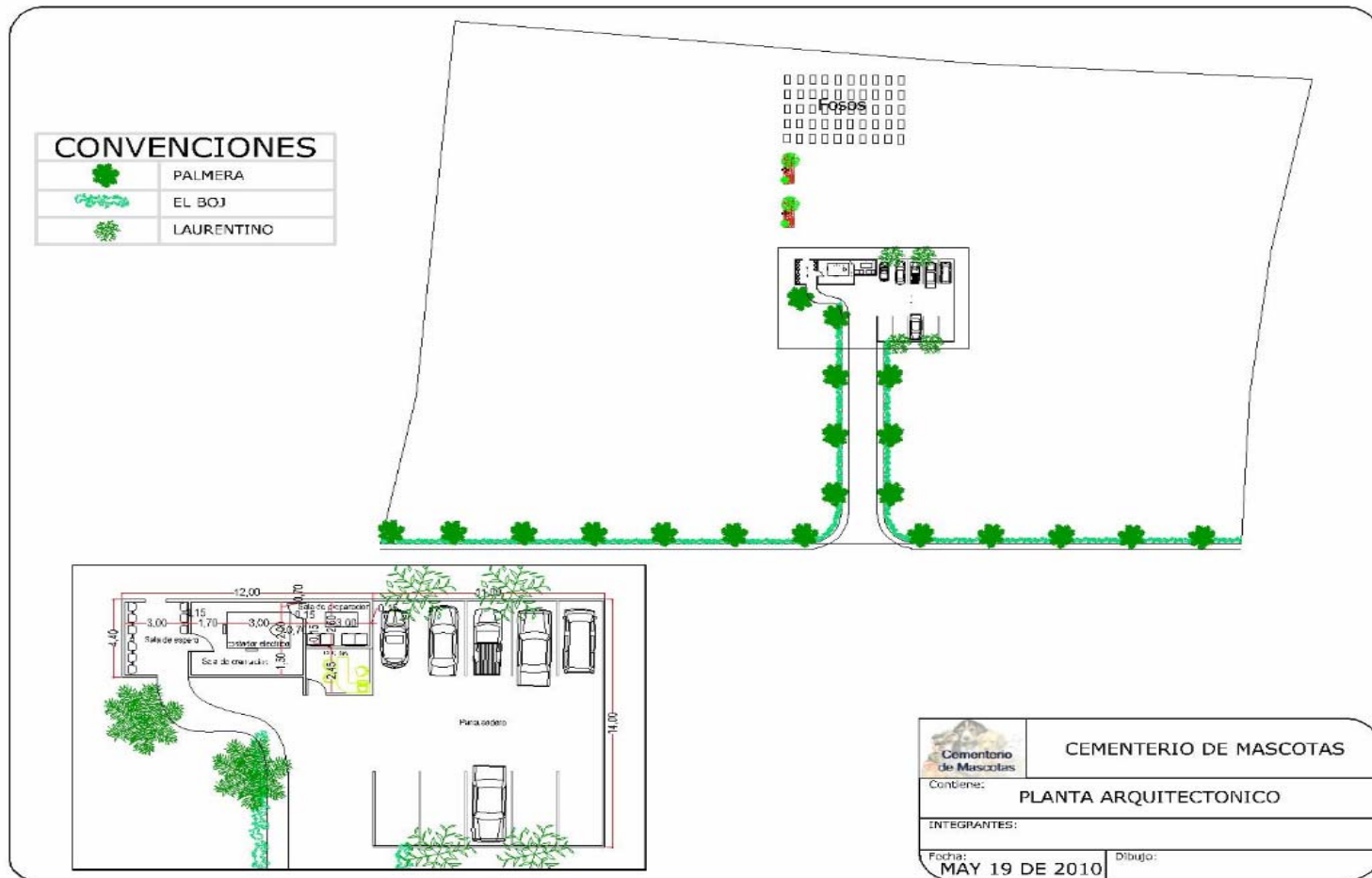
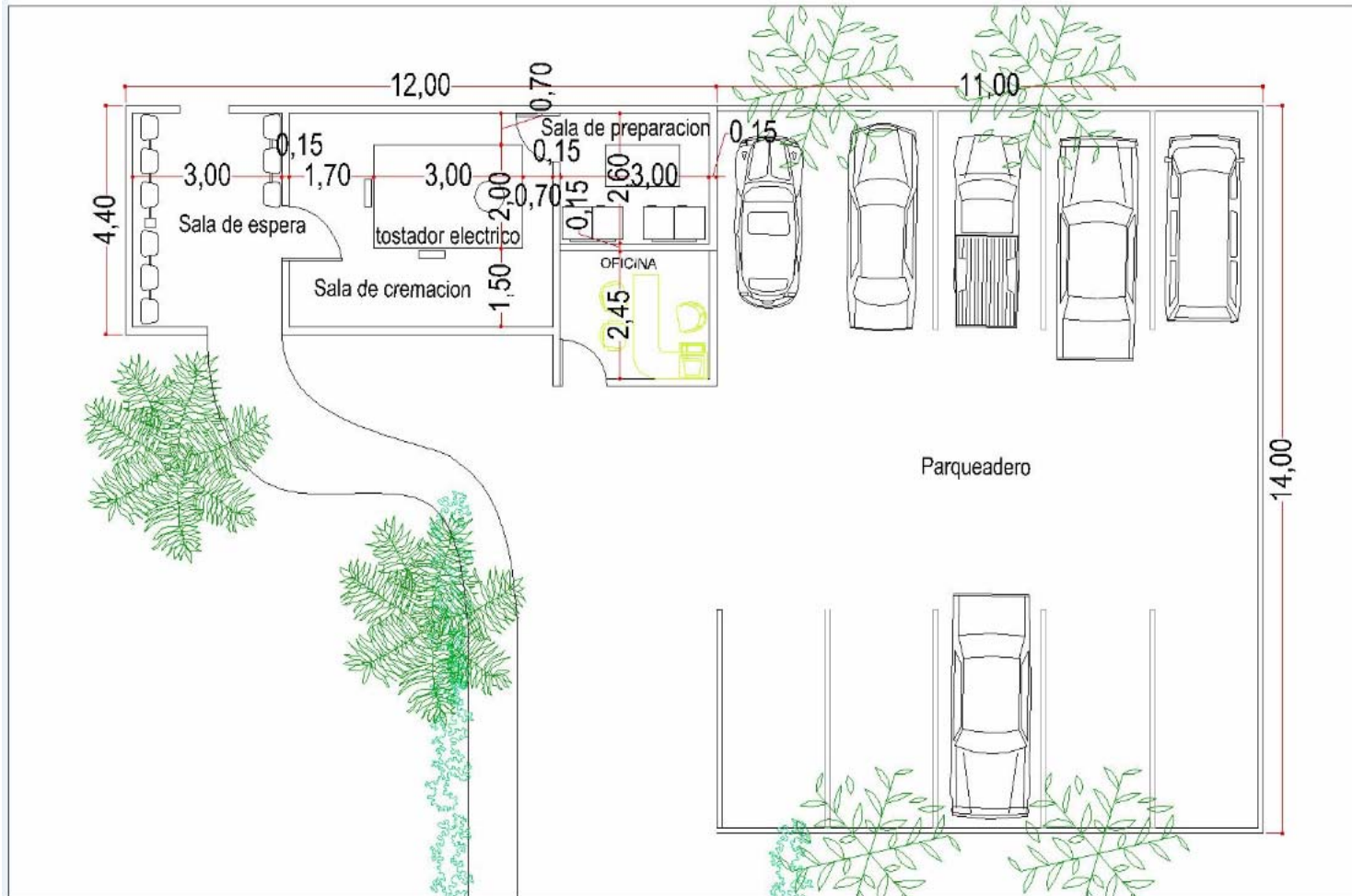


Figura 26 Área Horno Cementerio



**Localización Sede Administrativa** Se dispone de un área total de 25 m<sup>2</sup>, que será distribuida de acuerdo a las necesidades de la empresa, es decir, los espacios serán acondicionados para que el talento humano tenga las comodidades para realizar su labor. Ver figura 25.

Las áreas diseñadas para el funcionamiento de las oficinas del Cementerio para mascotas “Mi Refugio” son:

**Área de Baño.** Corresponde al espacio donde, tanto clientes que así lo soliciten como empleados de la empresa, podrán hacer uso de sus necesidades de tipo fisiológico, contará con un lavamanos que dispondrá de jabón líquido y toallas para ofrecer un servicio sanitario con todos los requisitos de salubridad. 3 mts<sup>2</sup>.

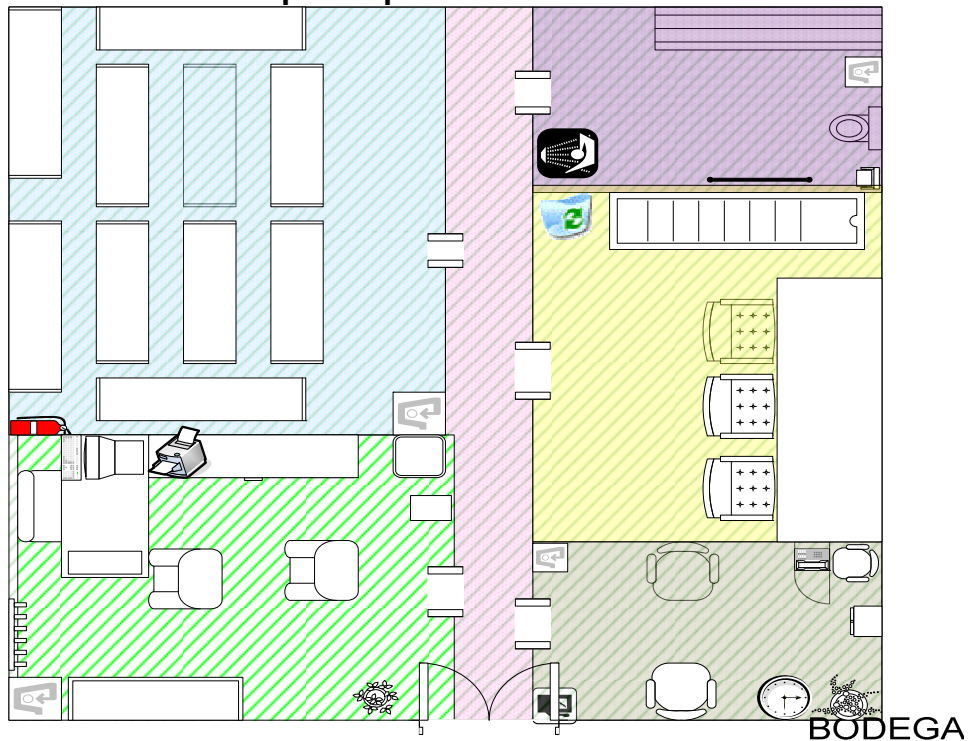
**Área de Bodega.** Lugar donde se dispondrán los útiles de aseo y limpieza, así como las cajas donde serán depositados los cuerpos de las mascotas para su posterior entierro, también corresponde al espacio donde los empleados pueden guardar sus pertenencias o herramientas en caso de requerirlo. 8 mts<sup>2</sup>.

**Área de Gerencia.** Lugar destinado para que el gerente realice las funciones y atienda los compromisos que le genera su cargo. En esta área se encontrará un escritorio tipo gerencial, una silla ejecutiva, dos sillas tapizadas en paño, un basurero, un computador, y un teléfono, 5 mts<sup>2</sup>

**Área de Asiste Administrativo.** Es el área donde la asistente administrativa atenderá, tanto al personal como a público que se acerque a solicitar información sobre el servicio. Allí se encontrará un escritorio, silla giratoria, 2 sillas tapizadas en paño, computador, impresora, teléfono y papelera. 3 mts<sup>2</sup>.

**Área de tránsito -Pasillo-:** Como su nombre lo indica es el espacio destinado para el desplazamiento del personal que labora Área 1 mts<sup>2</sup>.

**Figura 27. Distribución de planta para la oficina**



8 m cuadr.

### 3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO

DISTR

A través del presente estudio, se pudo determinar el tamaño del proyecto, mediante el análisis de los factores condicionantes (mercado, Capacidad financiera, Localización, Recursos humanos y físicos. Reglamentación y medio ambiente) la capacidad anual diseñada se estimó en 3.133 planes exequiales a vender, la capacidad total anual utilizada se estimó en 1.392 planes que equivalen al 44,4% de la capacidad instalada.

Gracias a la evaluación realizada por ponderación de factores se evaluaron las alternativas existentes y se decidió ubicar el cementerio en la vía Bucaramanga – Cúcuta, debido a que este predio brinda las mejores condiciones de precio, ubicación e infraestructura. Y para la escogencia del área administrativa la mejor opción fue la oficina ubicada en el barrio Nuevo Sotomayor.

Se realizó la descripción técnica de la prestación del servicio, teniendo en cuenta el proceso de cremación y el proceso administrativo de venta del servicio, se fijaron parámetros de control de calidad que permitan garantizar la excelencia en la prestación del servicio para que de esta manera la empresa cementerio para mascotas tenga posicionamiento en el mercado.

Se consiguió establecer las necesidades de recursos físicos y humanos, diseñar y realizar la más adecuada distribución de los 10.000 m<sup>2</sup> entre las áreas de adiestramiento, administración y ventas.

Se logró conocer la viabilidad del proyecto bajo los parámetros correspondientes de estudio actual, logrando establecer que es un proyecto muy rentable para cualquier persona que desee invertir en él.

## **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN**

El tipo de sociedad que se desea constituir es limitada, en este tipo de compañías la responsabilidad de los socios es limitada al monto de sus aportes. La escritura de la sociedad se realizará mediante escritura pública otorgada por todos los socios y registrada ante notaria, solo desde ese momento adquiere personería jurídica propia.

El capital está dividido en cuotas o partes de igual valor. Debe ser pagado en su totalidad al momento de constituir la sociedad, así como al momento de solemnizar cualquier aumento del mismo.

El número mínimo de socios es 2 y el máximo es de 25.

El nombre escogido para el funcionamiento del Cementerio para mascotas es : MI REFUGIO LTDA., conformado por dos socios: Carmen Sofía Ramos Sierra y Miriam Julio Quintana, el monto de los aportes es de: \$ 54.000.000/c/u y se elige como representante legal a la señora Carmen Sofía Ramos Sierra

#### **4.1.1 Procedimiento para la constitución**

- Reunir los socios para constituir la empresa (personería jurídica).
- Registrar la matrícula mercantil en Cámara de Comercio. Para la inscripción de la empresa se debe consultar el nombre o razón social que se piensa dar a la empresa antes de proceder al registro, (llenar el formulario y cancelar \$3.500).

#### Cuadro 47. Costo Formulario de Registro Mercantil

Concepto	Tarifa SMMLV	Tarifa \$
Formulario para el Registro Mercantil	0.70	\$ 3,500

Mayor a	Menor o igual	Tarifa
\$1,042,496,201	\$1,216,411,200	\$951,000

Fuente. Cámara de Comercio. Formularios

[on line] <http://www.sintramites.com/sintramites/tarifas.htm>

- Realizar la escritura de constitución donde se incorporan los estatutos sociales y las reglas que han de regir a la sociedad en el futuro. Debe contener: Nombre, Nacionalidad, Documento de identidad, y Domicilio de las personas que intervienen como otorgantes; La clase o tipo de sociedad a constituir, Nombre o razón social, Domicilio, Objeto social, Capital social, Duración, Forma de administrar y distribución de las atribuciones, Época y forma de convocar a junta de socios.
- Adquirir en la cámara de comercio y diligenciar los formularios de matrícula mercantil de la sociedad y establecimientos de comercio firmado por el representante legal.
- Realizar el pago respectivo de Impuesto de Registro en la División de Registro de Industria y Comercio.
- Presentar en la ventanilla de la cámara de comercio:

- Formularios de matrícula mercantil de sociedades comerciales diligenciados.
- Adjuntar la consulta de nombre aprobado.
- Dos copias autenticadas de la escritura pública de constitución de la empresa con reconocimiento de firmas de los miembros fundadores, ante notario.
- Recibo de pago del Impuesto de Registro expedido por Rentas Departamentales.
- Documento de identificación del representante legal.
- Cancelar los derechos de matrícula, luego se reclaman los documentos con el certificado de existencia y representación legal (personería jurídica).
- Registro ante la DIAN Dirección de Impuestos Nacionales, se requiere presentar formulario de Registro Tributario RUT, copia de certificado de existencia y representación y copia de la escritura pública para obtener el número de identificación tributaria NIT.
- Registro de Libros de Contabilidad en Cámara de Comercio. Se requiere libros foliados y marcados y carta de solicitud.
- Obtener el número patronal en el Instituto de seguro social, en las EPS y Fondos de pensiones elegidas.

#### **Cuadro 48. Liquidación de Registro de Libros Proceso de Creación**

<b>Concepto</b>	<b>Tarifa \$</b>
<b>La inscripción en el registro mercantil de los actos y documentos, respecto de los cuales la ley exige esa formalidad, causará un derecho de</b>	<b>\$26,000</b>
<b>La inscripción de libros causará un derecho de</b>	<b>\$8,600</b>

Fuente. Cámara de Comercio. Formularios [on line] <http://www.sintramites.com/sintramites/tarifas.htm>

#### **4.1.2 Procedimiento para el funcionamiento. Para abrir un establecimiento público, es necesario cumplir con algunos requisitos:**

- Paz y salvo municipal en Tesorería Municipal.
- Licencia de Seguridad en Bomberos Municipales.
- Uso del suelo en Planeación Municipal.
- Licencia Ambiental otorgada por La CDMB
- Declaración de Renta en Tesorería Municipal.
- Certificado de Secretaría de Gobierno.
- Registro de industria y comercio en tesorería municipal. No se necesita en el primer año de funcionamiento, después de este período debe diligenciarse para el respectivo pago de impuesto por ganancia obtenida.

## **4.2 CULTURA EMPRESARIAL**

**4.2.1 Visión.** Para el año 2015 Cementerio para mascotas “Mi Refugio” será la empresa líder en servicios integrales de cremación y/o entierro de mascotas en Bucaramanga, apoyada en su infraestructura, talento humano y precios competitivos, satisfaciendo las necesidades y expectativas de sus clientes, fortaleciendo una cultura que permita comprender como funciona el entorno humano en relación con los animales que viven en él.

**4.2.2 Misión.** Somos una empresa que defiende el respeto por nuestras mascotas, además del cuidado de los recursos faunísticos y ecológicos de la región, promoviendo además del cuidado de la salud humana la importancia que merecen los animales que han compartido parte de nuestra vida y que al momento de fallecer merecen ser homenajeados con un servicio integral de cremación y/o entierro, basado en los principios corporativos de cumplimiento, honestidad y respeto hacia el sentir del cliente.

### **4.2.3 Objetivos**

- Incentivar a los empleados con reconocimientos en donde se estimule y premie su responsabilidad y sentido de pertenencia hacia la empresa.
- Proporcionar compensaciones salariales acordes con la situación económica de la empresa, garantizando su cumplimiento y cubrimiento de necesidades básicas.
- Concretar una oportunidad de negocio, encaminada al fortalecimiento de la economía de la ciudad de Bucaramanga y Área Metropolitana

- Crear una fuente de generación de empleo para los Municipios involucrados.
- Atender oportuna y adecuadamente las sugerencias de los clientes a fin de garantizar su fidelidad.

#### **4.2.4 Políticas**

##### ✓ **De personal**

- El reclutamiento del personal será a través de anuncio publicitado en Vanguardia Liberal, en la sección de clasificados del día domingo.
- El proceso de selección se llevará a cabo en el lugar donde quedará ubicadas las oficinas de el Cementerio para mascotas “Mi Refugio”, mediante el previo estudio de la hoja de vida y confirmación de referencias laborales, personales y familiares, que servirán de criterio al Gerente durante la entrevista que se realizará a cada uno de los seleccionados.
- Como política de contratación, se tendrá la realización de contratos de acuerdo con las decisiones que tome la gerencia (tiempo indefinido y prestación de servicios), todo esto dentro de los términos del régimen laboral colombiano.
- Como política salarial, se cancelará quincenalmente los salarios tanto para quienes tengan contrato indefinido como para quienes sean contratados por prestación de servicio.

##### ✓ **De compras**

- Los pagos se harán de contado para obtener mejores precios. Las compras corresponden solo a insumos o materiales requeridos para el funcionamiento tanto de la oficina como del terreno donde se prestará el servicio de Cementerio para

mascotas “Mi Refugio”.

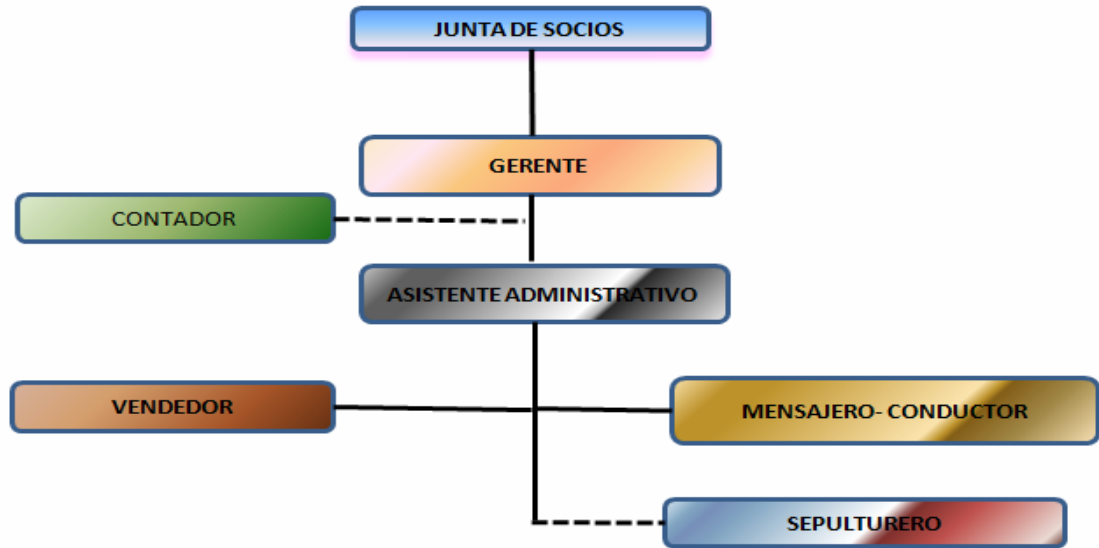
✓ **De ventas**

- El 60% del servicio debe ser de contado.
- Prestar un servicio de excelente calidad.
- Prestar una atención oportuna y amable, respetando las sugerencias de cada cliente.
- Escuchar y atender las sugerencias.

### **4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

**4.3.1 Organigrama.** La nueva empresa contará con una estructura plana, conformada por junta de socios, gerente, contador, revisor fiscal, asistente administrativa, vendedor, conductor y sepulturero. Ver figura 28


Figura 28. Organigrama



Fuente. Autoras


**4.3.2 Descripción y perfil de cargos.** De acuerdo con los puestos de trabajo diseñados en el organigrama se procederá a realizar el perfil y descripción del cargo para cada uno de ellos. Ver cuadros 46 al 51.

**Cuadro 49. Funciones y cargos del Gerente**

 <p><b>EMPRESA CEMENTERIO PARA MASCOTAS “MI REFUGIO”.</b></p>		
<b>Descripción de cargos</b>		
<b>Nombre del cargo:</b> Gerente	<b>Fecha:</b>	
<b>División:</b> Administrativa	<b>Cargo Jefe Inmediato:</b> Asamblea de Socios	
<b>No. de Cargos iguales:</b> 0	<b>Cargos que supervisa:</b> Contador, asistente administrativo	
<b>Función Principal:</b> Realizar los diferentes procesos administrativos de la empresa.		
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar la empresa para aspectos legales, jurídicos y financieros.</li> <li>• Establecer políticas por las cuales se regirá la empresa.</li> <li>• Formular objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.</li> <li>• Desarrollar planes, estrategias y programas para el logro de los objetivos.</li> <li>• Tomar medidas correctivas necesarias con respecto al personal en situaciones administrativas que lo requieran.</li> <li>• Comunicar las decisiones y el desempeño de la empresa a los miembros de la organización.</li> </ul>		
<b>Vo. Bo. Empleado</b>	<b>Vo. Bo. Jefe Inmediato</b>	<b>Analista</b>

 <b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo:</b> GERENTE	<b>CODIGO:</b> 01	<b>FECHA:</b>
<b>DIVISIÓN:</b> OPERATIVA Y ADMINISTRATIVA	<b>DEPARTAMENTO:</b>	
<b>SECCIÓN:</b> ADMINISTRATIVA	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> ASAMBLEA DE SOCIOS	
<b>SUPERVISA A:</b> ASISTENTE ADMINISTRATIVA Y CONTADOR,	<b>ELABORADO POR:</b>	
<b>HABILIDAD</b>	<i>EDUCACIÓN: Profesional en Gestion Empresarial y/o en Administración de Empresas.</i> <i>EXPERIENCIA: Dos años</i> <i>HAB/MENTAL: MAXIMA</i>	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<i>SUPERVISIÓN: Auditor</i> <i>CONTRATOS: Máxima Responsabilidad</i> <i>MATERIALES: Normal</i> <i>DINEROS: Normal</i>	
<b>ESFUERZO</b>	<i>MENTAL: Máxima</i> <i>VISUAL: Máxima</i> <i>FISICO: Máxima</i>	
<b>CONDICIONES</b>	<i>MEDIO AMBIENTE: Buenas condiciones.</i> <i>RIESGOS: Compromisos laborales</i>	
<b>OBSERVACIONES:</b>		

**Cuadro 50. Funciones y cargos de la Asistente Administrativa**


 <p><b>EMPRESA CEMENTERIO PARA MASCOTAS “MI REFUGIO”.</b></p>	
<b>Descripción de cargos</b>	
<b>Nombre del cargo:</b> Asistente Administrativa	<b>Fecha:</b>
<b>División:</b> Administrativa	<b>Cargo Jefe Inmediato:</b> Gerente y Contador
<b>No. de Cargos iguales:</b> 0	<b>Cargos que supervisa:</b> Empleados servicios
<b>Función Principal:</b>	
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar los registros contables en sus respectivos libros.</li> <li>• Elaborar los comprobantes de ingresos y egresos</li> <li>• Realizar Facturación de acuerdo a los servicios vendidos</li> <li>• Enviar, recepcionar y archivar documentos</li> <li>• Mantener al día el informe diario de caja y demás documentos</li> <li>• Atender a los clientes</li> <li>• Diligenciar los cobros de cartera, registro de entradas y salidas de dinero que tengan que ver con la actividad de la empresa.</li> <li>• Suministrar información sobre el servicio que se ofrece ya sea vía telefónica o a quien ingrese a la sede administrativa de la empresa.</li> <li>• Supervisar el trabajo del vendedor y registrar diariamente cada una de sus ventas.</li> </ul>	

- Dar las instrucción al mensajero - conductor para que proceda a recoger la mascota fallecida.
- Indicar al operario -sepulturero sobre el tipo de servicio que se va a prestar, con la orden de servicio respectiva.

<b>Vo. Bo. Empleado</b>	<b>Vo. Bo. Jefe Inmediato</b>	<b>Analista</b>
-------------------------	-------------------------------	-----------------


		
<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo:</b> ASISTENTE ADMINISTRATIVA	<b>CODIGO:</b> 02	<b>FECHA:</b>
<b>DIVISIÓN:</b> ADMINISTRATIVA	<b>DEPARTAMENTO:</b>	
<b>SUPERVISA A:</b>	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b>	<b>GERENTE</b>
<b>HABILIDAD</b>	<b>EDUCACIÓN:</b> Secretaria Auxiliar Contable o similar. <b>EXPERIENCIA:</b> Un año (contable, secretarial y de apoyo administrativo). <b>HAB/MENTAL:</b> Máxima	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>SUPERVISIÓN:</b> Ninguna <b>CONTRATOS:</b> Máxima <b>MATERIALES:</b> Máxima <b>DINEROS:</b> Caja Menor	
<b>ESFUERZO</b>	<b>MENTAL:</b> Máxima <b>VISUAL:</b> Máxima <b>FISICO:</b> Normal	
<b>CONDICIONES</b>	<b>MEDIO AMBIENTE:</b> Buenas condiciones. <b>RIESGOS:</b> Pérdida de documentos	
<b>OBSERVACIONES:</b>		

### Cuadro 51. Funciones y cargos del Contador

 <p><b>EMPRESA CEMENTERIO PARA MASCOTAS “MI REFUGIO”.</b></p>		
<b>Descripción de cargos</b>		
<b>Nombre del cargo:</b> CONTADOR	<b>Fecha:</b>	
<b>División:</b> Administrativa	<b>Cargo Jefe Inmediato:</b> GERENTE	
<b>No. de Cargos iguales:</b> 0	<b>Cargos que supervisa:</b> Asistente Administrativa	
<b>Función Principal:</b>		
<b>FUNCIONES:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar y presentar los Estados Financieros</li> <li>• Asesorar a la empresa en aspectos legales y fiscales para que la empresa cumpla con la documentación exigida por la Cámara de Comercio y la dirección de Impuestos Nacionales.</li> <li>• Dirigir la gestión de la Secretaria Auxiliar Contable, orientando y controlando sus actividades.</li> <li>• Presentar informes a la Gerencia sobre el desempeño económico de la empresa.</li> <li>• Vigilar el manejo contable de la Empresa, velar por su patrimonio.</li> </ul>		
<b>Vo. Bo. Empleado</b>	<b>Vo. Bo. Jefe Inmediato</b>	<b>Analista</b>


		
<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo:</b> CONTADOR	<b>CODIGO:</b> 03	<b>FECHA:</b>
<b>DIVISIÓN:</b> ADMINISTRATIVA	<b>DEPARTAMENTO:</b>	
<b>SUPERVISA A:</b> ASISTENTE ADMINISTRATIVO	<b>CARGO Jefe:</b> GERENTE	<b>INMEDIATO:</b>
<b>HABILIDAD</b>	<b>EDUCACIÓN:</b> Profesional en Contaduría <b>EXPERIENCIA:</b> Un año (contable, y permanente actualización en esta área). <b>ENTRENAMIENTO:</b> <b>HAB/MENTAL:</b> Máxima	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>SUPERVISIÓN:</b> Auxiliar Contable <b>CONTRATOS:</b> Normal <b>MATERIALES:</b> Normal <b>DINEROS:</b> Normal	
<b>ESFUERZO</b>	<b>MENTAL:</b> Máxima <b>VISUAL:</b> Máxima <b>FISICO:</b> Máxima	
<b>CONDICIONES</b>	<b>MEDIO AMBIENTE:</b> Buenas condiciones. <b>RIESGOS:</b> Normales de trabajo	
<b>OBSERVACIONES:</b>		

**Cuadro 52. Funciones y cargos del vendedor**

 <p><b>EMPRESA CEMENTERIO PARA MASCOTAS “MI REFUGIO” LTDA.</b></p>		
<b>Descripción de cargos</b>		
<b>Nombre del cargo:</b> VENDEDOR	<b>Fecha:</b>	
<b>División:</b> OPERATIVA	<b>Cargo Jefe Inmediato:</b> ASISTENTE ADMINISTRATIVO	
<b>No. de Cargos iguales:</b> 1	<b>Cargos que supervisa:</b> Ninguno	
<b>Función Principal:</b>		
<b>FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar diariamente las rutas programadas de venta a cada uno de los hogares ubicados en la ciudad de Bucaramanga.</li> <li>• Entregar diariamente las órdenes de servicio a la asistente administrativa.</li> <li>• Participar en la creación o mejoramiento de nuevos servicios.</li> <li>• Desarrollar actividades para determinar la satisfacción del cliente.</li> <li>• Las demás inherentes a su cargo.</li> </ul>		
<b>Vo. Bo. Empleado</b>	<b>Vo. Bo. Jefe Inmediato</b>	<b>Analista</b>


 <b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>			
<b>Nombre del cargo: VENDEDOR</b>		<b>CODIGO:</b> 08	<b>FECHA:</b>
<b>DIVISIÓN: OPERATIVA</b>		<b>DEPARTAMENTO:</b>	
<b>SUPERVISA A: NINGUNO</b>		<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> ASISTENSTE ADMINISTRATIVO	
<b>HABILIDAD</b>	<b>EDUCACIÓN:</b> Bachiller y cursos y/o tecnología en Ventas y Mercadeo <b>EXPERIENCIA:</b> Un año (en el servicio a prestar) <b>ENTRENAMIENTO:</b> <b>HAB/MENTAL:</b> Planificar el trabajo, labores rutinarias y repetitivas.		
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>SUPERVISIÓN:</b> Ninguno <b>CONTRATOS:</b> Máxima <b>MATERIALES:</b> Máxima <b>DINEROS:</b> Normal		
<b>ESFUERZO</b>	<b>MENTAL:</b> Máxima <b>VISUAL:</b> Máxima <b>FISICO:</b> Normal		
<b>CONDICIONES</b>	<b>MEDIO AMBIENTE:</b> Buenas condiciones. <b>RIESGOS:</b> Normales de trabajo		
<b>OBSERVACIONES:</b>			


### Cuadro 53. Funciones y cargos conductor

 <p style="text-align: center;"><b>EMPRESA CEMENTERIO PARA MASCOTAS “MI REFUGIO”.</b></p>		
<b>Descripción de cargos</b>		
<b>Nombre del cargo:</b> MENSAJERO – CONDUCTOR		<b>Fecha:</b>
<b>División:</b> OPERATIVA		<b>Cargo Jefe Inmediato:</b> ASISTENTE ADMINISTRATIVO
<b>No. de Cargos iguales:</b> 1		<b>Cargos que supervisa:</b> Ninguno
<b>Función Principal:</b> Recoger la mascota -		
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acatar las órdenes de la asistente administrativa en la asignación de servicios.</li> <li>• Coordinar el servicio de recogida de la mascota en el sitio indicado por el cliente.</li> <li>• Entregar la mascota en el Laboratorio con su respectivo Orden de Trabajo debidamente diligenciada.</li> <li>• Todas las funciones que su jefe inmediato le ordene.</li> <li>• Mantener en perfecto estado los elementos que requiere para la prestación del servicio.</li> <li>• Las demás inherentes a su cargo.</li> </ul>		
<b>Vo. Bo. Empleado</b>	<b>Vo. Bo. Jefe Inmediato</b>	<b>Analista</b>

 <b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo: MENSAJERO-CONDUCTOR</b>		<b>CODIGO: 08</b>
<b>DIVISIÓN: OPERATIVA</b>		<b>FECHA:</b>
<b>SUPERVISA A: NINGUNO</b>		<b>DEPARTAMENTO:</b>
		<b>CARGO JEFE INMEDIATO: ASISTENTE ADMINISTRATIVO</b>
<b>HABILIDAD</b>	<b>EDUCACIÓN:</b> Bachiller y curso de conducción, pase de quinta. <b>EXPERIENCIA:</b> Un año como conductor <b>ENTRENAMIENTO:</b> <b>HAB/MENTAL:</b> Planificar el trabajo, labores rutinarias y repetitivas.	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>SUPERVISIÓN:</b> Ninguno <b>CONTRATOS:</b> Máxima <b>MATERIALES:</b> Máxima <b>DINEROS:</b> Normal	
<b>ESFUERZO</b>	<b>MENTAL:</b> Máxima <b>VISUAL:</b> Máxima <b>FISICO:</b> Normal	
<b>CONDICIONES</b>	<b>MEDIO AMBIENTE:</b> Buenas condiciones. <b>RIESGOS:</b> Normales de trabajo	
<b>OBSERVACIONES:</b>		

**Cuadro 54. Funciones y cargos sepulturero**

 <p><b>EMPRESA CEMENTERIO PARA MASCOTAS “MI REFUGIO”.</b></p>		
<b>Descripción de cargos</b>		
<b>Nombre del cargo:</b> SEPULTURERO	<b>Fecha:</b>	
<b>División:</b> OPERATIVA	<b>Cargo Jefe Inmediato:</b> ASISTENTE ADMINISTRATIVO	
<b>No. de Cargos iguales:</b> 1	<b>Cargos que supervisa:</b> Ninguno	
<b>Función Principal:</b>		
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acatar las órdenes de la asistente administrativa en cuanto a día y hora para la prestación de cada servicio, así como de las características particulares de cada uno de ellos.</li> <li>• Estar atento a cualquier modificación del servicio.</li> <li>• Respetar las sugerencias del cliente para cada caso en particular.</li> <li>• Preparar la mascota, de acuerdo al servicio a prestar.</li> <li>• Mantener en perfecto estado los elementos que requiere para la prestación del servicio. ( Manipulación del Horno)</li> <li>• Apertura de Fosas.</li> <li>• Mantener en perfecto estado las instalaciones del cementerio.</li> <li>• Revisar que cada servicio reúna las condiciones técnicas de calidad</li> <li>• Las demás inherentes a su cargo.</li> </ul>		
<b>Vo. Bo. Empleado</b>	<b>Vo. Bo. Jefe Inmediato</b>	<b>Analista</b>

		
<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo: SEPULTURERO</b>	<b>CODIGO:</b> 08	<b>FECHA:</b>
<b>DIVISIÓN: OPERATIVA</b>	<b>DEPARTAMENTO:</b>	
<b>SUPERVISA A: NINGUNO</b>	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> ASISTENTE ADMINISTRATIVO	
<b>HABILIDAD</b>	<b>EDUCACIÓN: Bachiller</b> <b>EXPERIENCIA:</b> Conocer el trabajo a realizar <b>ENTRENAMIENTO:</b> <b>HAB/MENTAL:</b> Planificar el trabajo, labores rutinarias y repetitivas.	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>SUPERVISIÓN: Ninguno</b> <b>CONTRATOS:</b> Máxima <b>MATERIALES:</b> Máxima <b>DINEROS:</b> Normal	
<b>ESFUERZO</b>	<b>MENTAL: Máxima</b> <b>VISUAL: Máxima</b> <b>FISICO:</b> Normal	
<b>CONDICIONES</b>	<b>MEDIO AMBIENTE: Buenas condiciones.</b> <b>RIESGOS:</b> Normales de trabajo	
<b>OBSERVACIONES:</b>		

**4.3.3 Asignación salarial.** Para la asignación de salarios se tiene en cuenta las normas legales vigentes que regulan el pago, las especificaciones del cargo, el perfil requerido, la capacidad financiera del proyecto para el inicio de actividades de la empresa y las condiciones del mercado, con lo cual se determinó los siguientes sueldos por mes. Ver cuadro 55.

**Cuadro 55. Asignación salarial mensual para cargo**

<b>Cargo</b>	<b>Número de personas</b>	<b>Salario mes \$</b>	<b>Tipo de Contrato</b>	<b>Vlr. Sueldo Mes</b>
Gerente	1	3,49 SMLV	Tiempo completo con contrato a término indefinido	1,800,000
Asistente administrativa	1	1,60 SMLV	Tiempo completo con contrato a término indefinido	850,000
Vendedor	1	½ SMLV básico+ Comisión del 5% sobre las ventas	Tiempo completo con contrato a término Fijo a un año	257,500
Mensajero - Conductor	1	1 SMLV	Tiempo completo con contrato a término indefinido	515,000
Contador	1	0,81 SMLV	Servicio de Outsorcing	417,150
Sepulturero Operario	1	2,3 SMLV	Tiempo completo bajo la modalidad de prestación de servicios.	1,200,000

Fuente. Autoras

Por otra parte se cancelarán todas las prestaciones de ley teniendo en cuenta los siguientes factores:

Salario Mínimo Legal Vigente	\$ 515.000
Auxilio de transporte	\$ 61.500
Pensión	16,00%
Salud	12,50 %
Riesgos profesionales	1.044%
Prima	8,33%

Vacaciones	4,17%
Cesantías	8,33%
Intereses a las cesantías	1,00%
Caja de compensación familiar	4,00%
I.C.B.F	3,00%
SENA	2,00%
Dotación	7,00%

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1 INVERSIONES

Con base en la información obtenida en los estudios de Mercado y Técnico se procede a realizar la cuantificación de las inversiones requeridas para el montaje y puesta en marcha del Cementerio para mascotas “Mi Refugio”.

Para lo anterior se determinarán los costos, el presupuesto de ingresos y egresos, el punto de equilibrio, los estados financieros proyectados (flujo de caja, estado de pérdidas y ganancias y el balance general) y los principales indicadores financieros, los cuales indicarán en términos monetarios la rentabilidad que ofrece esta propuesta

#### 5.1.1 Inversión Fija

**Terreno.** Para el desarrollo de las actividades de la funeraria para Mascotas se tomará en arriendo con posibilidad de compra un terreno que permita la adecuada prestación de los servicios.

**Construcción y Adecuación.** Para que el cementerio de mascotas empiece a funcionar al público, el terreno requiere de adecuaciones y construcción para el funcionamiento del área de cremación, los parqueaderos, la zona de fosas y zonas verdes. Dichas adecuaciones y construcciones tiene un costo de \$ 5.456.790 como se detalla en el cuadro 56

**Cuadro 56. Construcción y adecuaciones**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Construcción zona Horno crematorio	2.850.000
Adecuación Chimenea	754.600
Adecuación laboratorio	532.190
Cableado Zona crematorio	1.200.000
Demarcación Parqueaderos	120.000
<b>TOTAL</b>	<b>5.456.790</b>

**Maquinaria y Equipo.** Es necesario que la empresa invierta en la compra de sistema de cremación,. Ver cuadro 57 y Anexo F y G.

**Cuadro 57. Maquinaria y Equipo**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Sistema de cremación HCM 35	1	70.000.000	70.000.000
Refrigerador RCS-2P	1	2.083.000	2.083.000
<b>Total</b>			<b>72.083.000</b>

Fuente. Caltec Hornos Industriales, Corpofrio

**Muebles y enseres.** Comprende todo lo necesario para el área administrativa Ver cuadro 58 y Anexo M.

**Cuadro 58. Muebles y enseres área de administración**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Silla ejecutiva giratoria con brazos	1	288.000	288.000
Silla giratoria sin brazos	1	224.000	224.000
Silla fija Diana sin brazos	4	110.000	440.000
Puesto de trabajo en L	1	850.000	850.000
Escritorio gerente con gaveta y cajón	1	584.640	584.640

Teléfono fax marca Panasonic sencillo con identificación	1	266.000	266.000
Teléfono de teclas	1	45.000	45.000
Basureros	5	25.000	125.000
Botiquín	1	75.000	75.000
Reloj de pared	1	20.000	20.000
Extintor	1	55.000	55.000
<b>Total</b>			<b>2.972.640</b>

Fuente. Oficol Ltda., Comercial Taiwán

**Equipo de oficina.** Conformado por dos equipos de cómputo con todos sus accesorios, incluidas USB para cada puesto de trabajo. Ver cuadro 58 y Anexo K.

#### **Cuadro 59. Equipo de cómputo y oficina**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Equipo de computo	2	1.200.000	2.400.000
Memoria USB	2	20.000	40.000
<b>Total</b>			<b>2.440.000</b>

Fuente. Unicómputo

**Herramientas.** Son aquellos instrumentos necesarios para prestar el servicio. Ver cuadro 60 y Anexo M

#### **Cuadro 60. Herramientas**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Picas	2	22.000	44.000
Azadones	2	24.000	48.000
Machetas	2	20.000	40.000
Podadora	1	400.000	400.000
<b>Total</b>			<b>532.000</b>

Fuente. Cotizaciones

**Total de inversión fija.** Estará conformado por la inversión en maquinaria y herramienta, muebles y enseres para área administrativa y el equipo de cómputo por un monto de \$ 83.484.430. Ver cuadro 61.

**Cuadro 61 Total Inversión Fija**

<b>Inversión Fija</b>	<b>Valor</b>
Construcción y adecuación	5.456.790
Maquinaria y Equipo	72.083.000
Muebles y Enseres	2.972.640
Equipo de oficina	2.440.000
Herramientas	532.000
<b>Total</b>	<b>83.484.430</b>

Fuente. Autoras

### **5.1.2 Inversión Diferida.**

Corresponde a todas las erogaciones de dinero que se deben realizar antes de la puesta en marcha de la empresa y que son necesarias para su funcionamiento; comprende los gastos pre operativos como son: el estudio de factibilidad, formulario de registro mercantil, adecuaciones locativas, publicidad de lanzamiento, instalaciones de equipos, registro de libros de contabilidad, registro de matrícula mercantil y licencia de Windows Vista. Estos gastos serán amortizados en los cinco años siguientes al inicio de actividades de la empresa. Ver cuadro 62 y Anexo C,D y K.

## Cuadro 62. Inversión diferida

Descripción	Valor
Estudio de Factibilidad	2.480.000
Formulario registro mercantil	3.500
Adecuaciones locativas	2.000.000
Publicidad de lanzamiento	3.287.500
Instalaciones de equipos	500.000
Gastos de organización( Dian, Cámara de Comercio, Notaria y Registro, CDM)	848.704
Licencia de Windows vista	320.000
<b>Total</b>	<b>9.439.704</b>

Fuente. Autoras

**5.1.3 Inversión de capital de trabajo.** Es el capital de giro adicional que el proyecto necesita para su operación durante el primer mes de funcionamiento; empleado para financiar los costos y gastos antes de recibir ingresos. En este proyecto el capital de giro o capital de trabajo lo conforman los costos de producción y los gastos de administración.

**Costos de producción.** Se incluyen los elementos esenciales del costo como son la materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación así:

**Materia prima.** Hace referencia a los materiales necesarios para prestar el servicio de cremación y/o entierro de mascotas. Está representado por las cajas de madera, las cajas cenizaríos y las bolsas industriales con cierre hermético. Ver cuadro 63. Anexos J y L.

**Cuadro 63. Materia prima Año 1**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Caja de madera sin talla dos manijas laterales. Razas Pequeñas	54	40,000	2,160,000
Caja de madera sin talla cuatro manijas laterales. Razas Medianas	54	65,000	3,510,000
Caja madera lisa cuatro manijas laterales. Razas Grandes	49	115,000	5,635,000
Caja cenizario 17*12*7 cms.	380	15,000	5,700,000
Caja cenizario 14*9*7 cms.	380	10,000	3,800,000
Bolsa tipo industrial cierre hermético	50	740	37,000
<b>Total</b>	<b>967</b>		<b>20,842,000</b>

Fuente. Carpintería Pedro Pablo Murcia y Plásticos Jar Mar

**Mano de obra directa.** Este ítem corresponde a la nómina del operario del Horno crematorio y que realizará las labores de sepulturero, el cual será contratado por prestación de servicios. Ver cuadros 64

**Cuadro 64. Mano de Obra Directa. Año 1**

Cargo	Cantidad	Valor mes	Valor año
Sepulturero - Operario Crematorio	1	1.200.000	14.400.000
<b>Total</b>		<b>1.200.000</b>	<b>14.400.000</b>

Fuente. Autoras

**Costos indirectos de fabricación.** Hacen referencia a los servicios, así como la depreciación del área operativa, mantenimiento y seguro de ésta. Ver cuadros 65 al 67

**Cuadro 65. Mantenimiento área operativa**

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor \$/año	Valor \$/mes
Sistema de cremación HCM 35	70.000.000	0,05	3.500.000	291.667
<b>TOTAL</b>	<b>70.000.000</b>		<b>3.500.000</b>	<b>291.667</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 66. Seguro área operativa**

<b>Activo</b>	<b>Valor del activo</b>	<b>Proporción %</b>	<b>Valor \$/año</b>	<b>Valor \$/mes</b>
Sistema de cremación HCM 35	70.000.000	0,01	700.000	58.333
<b>TOTAL</b>	<b>70.000.000</b>		<b>700.000</b>	<b>58.333</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 67. Costos Indirectos de Fabricación año 1**

<b>Detalle</b>	<b>Fijo</b>	<b>Variable</b>	<b>Valor \$/año</b>	<b>Valor \$/mes</b>
Energía		1,680,000	1,680,000	140,000
Agua		1,650,000	1,650,000	137,500
Gas		2,640,000	2,640,000	220,000
Servicio de Transporte Canino		1,440,000	1,440,000	120,000
Mensajero - Conductor	10,834,323		10,834,323	902,860
Depreciación horno crematorio	7,000,000		7,000,000	583,333
Arriendo Lote	24,000,000		24,000,000	2,000,000
Mantenimiento	3,500,000		3,500,000	291,667
Seguro	700,000		700,000	58,333
<b>TOTAL</b>	<b>46,034,323</b>	<b>7,410,000</b>	<b>53,444,323</b>	<b>4,453,694</b>

Fuente. Autoras

**Total costos de producción.** El total de los costos de producción está conformado por los costos materia prima, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. Ver cuadro 68

**Cuadro 68. Total Costos de Producción**

<b>Concepto</b>	<b>Valor \$/año 1</b>
Materia prima	20,842,000
Mano de obra directa	14,400,000
CIF	53,444,323
<b>Total</b>	<b>88,686,323</b>

Fuente. Autoras

**Gastos de administración y de ventas.** Comprenden la nómina del área administrativa de la empresa, la depreciación de muebles y enseres y del equipo de oficina, la amortización de la inversión diferida, papelería y publicidad. Ver cuadros 68 al 89.

- **Nómina del área administrativa.** En ella se incluyen los sueldos del Gerente, Asistente Administrativo y Vendedor, con su respectivo auxilio de transporte, seguridad social, aportes parafiscales, prestaciones sociales y la dotación. Incluye bonificación del 5% sobre el valor total de las ventas para el vendedor. Ver cuadros 69 a 73

### Cuadro 69. Nómina Año 1

PRESUPUESTO DE NOMINA

SALARIO MINIMO:

515.000

AUXILIO DE TRANSPORTE:

61.500

Vigencia:

1 de Enero de 2010

CARGO	S.M.L.V.	SALARIO	COMISIONES	AUX. TRANSP.	TTAL SAL. BASE	CESANTIAS	INTERESES	PRIMA	DOTACION	VACACIONES
						8.33%	1%	8.33%	7%	5%
Gerente	1,00	1,800,000	-	0	1,800,000	149,940	18,000	149,940	126,000	90,000
Asistente Administrativo	1,00	850,000	-	61,500	911,500	75,928	9,115	75,928	63,805	45,575
Mensajero-Conductor	1,00	515,000	-	61,500	576,500	48,022	5,765	48,022	40,355	28,825
Vendedor	0,50	257,500	1,226,896	61,500	1,545,896	128,773	15,459	128,773	108,213	77,295
<b>TOTAL</b>		<b>3,422,500</b>	<b>1,226,896</b>	<b>184,500</b>	<b>4,833,896</b>	<b>402,664</b>	<b>48,339</b>	<b>402,664</b>	<b>338,373</b>	<b>241,695</b>

CARGO	SUBTOTAL	APORTES	EPS, PENS, ARP	TOTAL PREST.	TTAL SUELDO Y	TTAL SUELDO Y
	PRESTAC	PARAFISC	8,5%;11,625%;1,044 %		PRESTAC MES	PRESTAC AÑO
Gerente	533,880	162,000	381,042	1,076,922	2,876,922	34,523,064
Asistente Administrativo	270,351	76,500	179,937	526,787	1,438,287	17,259,449
Mensajero	170,990	46,350	109,020	326,360	902,860	10,834,323
Vendedor 1	458,513	23,175	54,510	536,198	2,082,094	24,985,125
<b>TOTAL</b>	<b>1,433,734</b>	<b>308,025</b>	<b>724,509</b>	<b>2,466,268</b>	<b>7,300,163</b>	<b>87,601,960</b>

## Cuadro 70. Nómina Año 2

PRESUPUESTO DE NOMINA

SALARIO MINIMO:

530,000

AUXILIO DE TRANSPORTE:

63,000

Incremento 3%

Vigencia:

1 de Enero de 2011

CARGO	S.M.L.V.	SALARIO	COMISIONES	AUX. TRANSP.	TTAL SAL. BASE	CESANTIAS	INTERESES	PRIMA	DOTACION	VACACIONES
						8.33%	1%	8.33%	7%	5%
Gerente	1,00	1,854,000	-	0	1,854,000	154,438	18,540	154,438	129,780	92,700
Asistente Administrativo	1,00	875,500		63,000	938,500	78,177	9,385	78,177	65,695	46,925
Mensajero-Conductor	1,00	530,000		63,000	593,000	49,397	5,930	49,397	41,510	29,650
Vendedor	0,50	265,000	1,288,241	63,000	1,616,241	134,633	16,162	134,633	113,137	80,812
<b>TOTAL</b>		<b>3,524,500</b>	<b>1,288,241</b>	<b>189,000</b>	<b>5,001,741</b>	<b>416,645</b>	<b>50,017</b>	<b>416,645</b>	<b>350,122</b>	<b>250,087</b>

CARGO	SUBTOTAL	APORTES	EPS, PENS, ARP	TOTAL PREST.	TTAL SUELDO Y	TTAL SUELDO Y
	PRESTAC	PARAFISC	8,5%;11,625%;1,044 %		PRESTAC MES	PRESTAC AÑO
Gerente	549,896	166,860	392,473	1,109,230	2,963,230	35,558,756
Asistente Administrativo	278,359	78,795	185,335	542,489	1,480,989	17,771,864
Mensajero	175,884	47,700	112,196	335,780	928,780	11,145,354
Vendedor	479,377	23,850	56,098	559,325	2,175,565	26,106,785
<b>TOTAL</b>	<b>1,483,516</b>	<b>317,205</b>	<b>746,101</b>	<b>2,546,823</b>	<b>7,548,563</b>	<b>90,582,760</b>

### Cuadro 71. Nómina Año 3

PRESUPUESTO DE NOMINA

SALARIO MINIMO:

546000

AUXILIO DE TRANSPORTE:

64000

Incremento 3%

Vigencia:

1 de Enero de 2012

CARGO	S.M.L.V.	SALARIO	COMISIONES	AUX. TRANSP.	TTAL SAL. BASE	CESANTIAS	INTERESES	PRIMA	DOTACION	VACACIONES
						8.33%	1%	8.33%	7%	5%
Gerente	1,00	1,909,620	-	0	1,909,620	159,071	19,096	159,071	133,673	95,481
Asistente Administrativo	1,00	901,765	-	64,000	965,765	80,448	9,658	80,448	67,604	48,288
Mensajero-Conductor	1,00	546,000	-	64,000	610,000	50,813	6,100	50,813	42,700	30,500
Vendedor 1	0,50	273,000	1,352,653	64,000	1,689,653	140,748	16,897	140,748	118,276	84,483
<b>TOTAL</b>		<b>3,630,385</b>	<b>1,352,653</b>	<b>192,000</b>	<b>5,175,038</b>	<b>431,081</b>	<b>51,750</b>	<b>431,081</b>	<b>362,253</b>	<b>258,752</b>

CARGO	SUBTOTAL	APORTES	EPS, PENS, ARP	TOTAL PREST.	TTAL SUELDO Y	TTAL SUELDO Y
	PRESTAC	PARAFISC	8,5%;11,625%;1,044 %		PRESTAC MES	PRESTAC AÑO
Gerente	566,393	171,866	404,247	1,142,507	3,052,127	36,625,519
Asistente Administrativo	286,446	81,159	190,895	558,499	1,524,264	18,291,173
Mensajero	180,926	49,140	115,583	345,649	955,649	11,467,785
Vendedor	501,151	24,570	57,791	583,512	2,273,165	27,277,980
<b>TOTAL</b>	<b>1,534,916</b>	<b>326,735</b>	<b>768,516</b>	<b>2,630,167</b>	<b>7,805,205</b>	<b>93,662,456</b>

## Cuadro 72. Nómina Año 4

PRESUPUESTO DE NOMINA

SALARIO

MINIMO:

563,000

AUXILIO DE TRANSPORTE:

66,000

Incremento 3%

Vigencia:

1 de Enero de 2013

CARGO	S.M.L.V.	SALARIO	COMISIONES	AUX. TRANSP.	TTAL SAL. BASE	CESANTIAS	INTERESES	PRIMA	DOTACION	VACACIONES
						8.33%	1%	8.33%	7%	5%
Gerente	1,00	1,966,909	-	0	1,966,909	163,843	19,669	163,843	137,684	98,345
Asistente Administrativo	1,00	928,818		66,000	994,818	82,868	9,948	82,868	69,637	49,741
Mensajero-Conductor	1,00	563,000		66,000	629,000	52,396	6,290	52,396	44,030	31,450
Vendedor	0,50	281,500	1,420,285	66,000	1,767,785	147,257	17,678	147,257	123,745	88,389
<b>TOTAL</b>		<b>3,740,227</b>	<b>1,420,285</b>	<b>198,000</b>	<b>5,358,512</b>	<b>446,364</b>	<b>53,585</b>	<b>446,364</b>	<b>375,096</b>	<b>267,926</b>

CARGO	SUBTOTAL	APORTES	EPS, PENS, ARP	TOTAL PREST.	TTAL SUELDO Y	TTAL SUELDO Y
	PRESTAC	PARAFISC	8,5%;11,625%;1,044 %		PRESTAC MES	PRESTAC AÑO
Gerente	583,385	177,022	416,375	1,176,782	3,143,690	37,724,284
Asistente Administrativo	295,063	83,594	196,621	575,278	1,570,096	18,841,152
Mensajero	186,561	50,670	119,181	356,413	985,413	11,824,954
Vendedor	524,325	25,335	59,591	609,251	2,377,036	28,524,434
<b>TOTAL</b>			<b>791,769</b>			

	1,589,335	336,620		2,717,724	8,076,235	96,914,825
--	-----------	---------	--	-----------	-----------	------------

### Cuadro 73. Nómina Año 5

**PRESUPUESTO DE NOMINA**

**SALARIO**

**MINIMO:**

**580,000**

**Incremento 3%**

**AUXILIO DE TRANSPORTE:**

**68,000**

**Vigencia:**

1 de Enero de 2014

CARGO	S.M.L.V.	SALARIO	COMISIONES	AUX. TRANSP.	TTAL SAL. BASE	CESANTIAS	INTERESES	PRIMA	DOTACION	VACACIONES
						8.33%	1%	8.33%	7%	5%
Gerente	1,00	2,025,916	-	0	2,025,916	168,759	20,259	168,759	141,814	101,296
Asistente Administrativo	1,00	956,682		68,000	1,024,682	85,356	10,247	85,356	71,728	51,234
Mensajero-Conductor	1,00	580,000		68,000	648,000	53,978	6,480	53,978	45,360	32,400
Vendedor	0,50	290,000	1,491,300	68,000	1,849,300	154,047	18,493	154,047	129,451	92,465
<b>TOTAL</b>		<b>3,852,598</b>	<b>1,491,300</b>	<b>204,000</b>	<b>5,547,898</b>	<b>462,140</b>	<b>55,479</b>	<b>462,140</b>	<b>388,353</b>	<b>277,395</b>

CARGO	SUBTOTAL	APORTES	EPS, PENS, ARP	TOTAL PREST.	TTAL SUELDO Y	TTAL SUELDO Y
	PRESTAC	PARAFISC	8,5%;11,625%;1,044 %		PRESTAC MES	PRESTAC AÑO
Gerente	600,887	182,332	428,866	1,212,085	3,238,001	38,856,013
Asistente Administrativo	303,921	86,101	202,520	592,542	1,617,225	19,406,698
Mensajero	192,197	52,200	122,780	367,177	1,015,177	12,182,124
Vendedor 1	548,502	26,100	61,390	635,992	2,485,292	29,823,503
<b>TOTAL</b>			<b>815,557</b>			

	1,645,507	346,734		2,807,797	8,355,695	100,268,338
--	-----------	---------	--	-----------	-----------	-------------

Fuente Autoras

**Cuadro 74. Gastos de Administración año 1**

DETALLE	MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía	95,000	1,140,000
Agua	75,000	900,000
Teléfono	160,000	1,920,000
Depreciación equipo de computación	41,667	500,000
Depreciación muebles y equipo de oficina	24,772	297,264
Amortización Diferida	157,328	1,887,941
Salario Gerente	2,876,922	34,523,064
Salario Asistente Administrativo	1,438,287	17,259,449
Seguros (pólizas)	4,561	54,726
Mantenimiento	10,417	125,000
Útiles de aseo	55,555	666,660
Arriendos Area Administrativa	1,100,000	13,200,000
Papelería y útiles de Oficina	35,075	420,900
Honorarios Contador	417,150	5,005,800
<b>TOTAL</b>	<b>6,491,734</b>	<b>77,900,804</b>

Fuente Autoras

**Cuadro 75 Depreciación área administrativa**

Activo	Valor del activo	Años depreciables	Depreciación año	Depreciación mes
Equipo de computo y oficina	2.500.000	5	500.000	41.667
Muebles	2.972.640	10	297.264	24.772
<b>TOTAL</b>	<b>5.472.640</b>		<b>797.264</b>	<b>66.439</b>

**Cuadro 76. Mantenimiento área administrativa**

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor \$/año	Valor \$/mes
Equipo de cómputo	2.500.000	5%	125.000	10.417

<b>TOTAL</b>	<b>2.500.000</b>	<b>125.000</b>	<b>10.417</b>
--------------	------------------	----------------	---------------

**Cuadro 77. Seguro área administrativa**

<b>Activo</b>	<b>Valor del activo</b>	<b>Proporción %</b>	<b>Valor \$/año</b>	<b>Valor \$/mes</b>
Muebles y Enseres	2.972.640	0,01	29.726	2.477
Equipo de cómputo	2.500.000	0,01	25.000	2.083
<b>TOTAL</b>	<b>5.472.640</b>		<b>54.726</b>	<b>4.561</b>

**Cuadro 78. Amortización diferida**

<b>Concepto</b>	<b>Valor del activo</b>	<b>Años amortizables</b>	<b>Valor amort. año</b>	<b>Valor amort. mes</b>
Diferidos	9.439.704	5	1.887.941	157.328
<b>Total amortización</b>	<b>9.439.704</b>	<b>5</b>	<b>1.887.941</b>	<b>157.328</b>

**Cuadro 79. Papelería**

<b>PAPELERÍA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Agenda directorio Adress	1	7.300	7.300
Rollo fax dispapeles	3	4.000	12.000
Resma Carta	3	10.000	30.000
Caja lapicero kilométrico retráctil	1	11.000	11.000
Perforadora Rank 1040	1	8.500	8.500
Cosedora rank 320	1	13.500	13.500
Caja gancho cosedora rank galvanizado	1	1.800	1.800
Caja clips wingo	1	600	600
AZ Norma	1	5.200	5.200
Pegastick por 40 gramos	3	5.400	16.200
Carpeta colgante fabrifolder	12	600	7.200
Caja gancho legajador triton	2	1.400	2.800
Paquete sobre manila carta	2	10.000	20.000
Sacagancho rank	2	2.800	5.600
Cartuchos de tinta negra para impresora	2	45.000	90.000
Cartuchos de tinta color para impresora	2	55.000	110.000
Talonarios de factura mediano con copia	6	1.200	7.200

Talonarios para factura membreado media carta x 50 unidades con una copia	6	12.000	72.000
<b>Total</b>			<b>420.900</b>

Fuente. Papelería "El Asesor"

### Cuadro 80. Útiles de aseo

ASEO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Balde para agua	1	7.690	7.690
Escobas Fuller	2	8.350	16.700
Traperos Fuller	2	6.060	12.120
Límpido JGB litro	12	4.500	54.000
Limpiador Fabuloso litro	12	3.800	45.600
Jabón polvo Dersa x kilo	12	3.500	42.000
Jabón liquido manos Palmolive	12	6.050	72.600
Toalla familia lavable 2 en 1	12	6.690	80.280
Papel higiénico familia * 4 rollos	12	8.460	101.520
Recogedor de basura	1	6.150	6.150
Paquete bolsa tipo industrial 65*90 cms Caja x 50 unidades	12	19.000	228.000
<b>Total</b>			<b>666.660</b>

Fuente. Limpia Hogar

### Cuadro 81. Gastos de Administración. Año 2

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía	97,850	1,174,200
Agua	77,250	927,000
Teléfono	164,800	1,977,600
Depreciación equipo de computación	41,667	500,000
Depreciación muebles y equipo de oficina	24,772	297,264
Amortización Diferida	157,328	1,887,941

Salario Gerente	2,963,230	35,558,756
Salario Asistente Administrativo	1,480,989	17,771,864
Seguros (pólizas)	4,561	54,726
Mantenimiento	10,417	125,000
Útiles de aseo	55,555	666,660
Arriendos Area Administrativa	1,133,000	13,596,000
Papelería y útiles de Oficina	35,075	420,900
Honorarios Contador	429,665	5,155,974
<b>TOTAL</b>	<b>6,676,157</b>	<b>80,113,885</b>

Fuente. Autoras

### **Cuadro 82. Gastos de Administración. Año 3**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Energía	100,786	1,209,426
Agua	79,568	954,810
Teléfono	169,744	2,036,928
Depreciación equipo de computación	41,667	500,000
Depreciación muebles y equipo de oficina	24,772	297,264
Amortización Diferida	157,328	1,887,941
Salario Gerente	3,052,127	36,625,519
Salario Asistente Administrativo	1,524,264	18,291,173
Seguros (pólizas)	4,561	54,726
Mantenimiento	10,417	125,000
Útiles de aseo	55,555	666,660
Arriendos Area Administrativa	1,166,990	14,003,880
Papelería y útiles de Oficina	35,075	420,900
Honorarios Contador	442,554	5,310,653
<b>TOTAL</b>	<b>6,865,407</b>	<b>82,384,880</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 83. Gastos de Administración. Año 4**

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía	103,809	1,245,709
Agua	81,955	983,454
Teléfono	174,836	2,098,036
Depreciación equipo de computación	41,667	500,000
Depreciación muebles y equipo de oficina	24,772	297,264
Amortización Diferida	157,328	1,887,941
Salario Gerente	3,143,690	37,724,284
Salario Asistente Administrativo	1,570,096	18,841,152
Seguros (pólizas)	4,561	54,726
Mantenimiento	10,417	125,000
Útiles de aseo	55,555	666,660
Arriendos Area Administrativa	1,202,000	14,423,996
Papelería y útiles de Oficina	35,075	420,900
Honorarios Contador	455,831	5,469,973
<b>TOTAL</b>	<b>7,061,591</b>	<b>84,739,096</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 84. Gastos de Administración. Año 5**

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía	106,923	1,283,080
Agua	84,413	1,012,958
Teléfono	180,081	2,160,977
Depreciación equipo de computación	41,667	500,000
Depreciación muebles y equipo de oficina	24,772	297,264
Amortización Diferida	157,328	1,887,941
Salario Gerente	3,238,001	38,856,013
Salario Asistente Administrativo	1,617,225	19,406,698
Seguros (pólizas)	4,561	54,726
Mantenimiento	10,417	125,000

Útiles de aseo	55,555	666,660
Arriendos Area Administrativa	1,238,060	14,856,716
Papelería y útiles de Oficina	35,075	420,900
Honorarios Contador	469,506	5,634,072
<b>TOTAL</b>	<b>7,263,584</b>	<b>87,163,005</b>

Fuente. Autoras

✓ **Gastos de Venta.** Los gastos de ventas para la proyección de los años 2 al 5, disminuyen el valor del aviso de Panaflex. Ver Cuadros 85 a 89

#### **Cuadro 85 Gastos de ventas. Año 1**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Publicidad	61,950	743,400
Impuesto Industria y Comercio	0	3,312,619
Salario vendedor	2,082,094	24,985,125
<b>Total</b>	<b>2,144,044</b>	<b>29,041,143</b>

Fuente. Autoras

#### **Cuadro 86. Gastos de ventas. Año 2**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Publicidad	35,283	423,400
Impuesto de Industria y Comercio	0	3,478,250
Salario vendedor	2,175,565	26,106,785
<b>Total</b>	<b>2,210,849</b>	<b>30,008,435</b>

Fuente. Autoras

#### **Cuadro 87 Gastos de ventas. Año 3**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Publicidad	35,283	423,400
Impuesto de Industria y Comercio		3,652,162
Salario vendedor	2,273,165	27,277,980
<b>Total</b>	<b>2,308,448</b>	<b>31,353,542</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 88 Gastos de ventas. Año 4**

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	35,283	423,400
Impuesto de Industria y Comercio		3,834,770
Salario vendedor	2,377,036	28,524,434
<b>Total</b>	<b>2,412,319</b>	<b>32,782,604</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 89 Gastos de ventas. Año 5**

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	35,283	423,400
Impuesto de Industria y Comercio		4,026,509
Salario vendedor	2,485,292	29,823,503
<b>Total</b>	<b>2,520,575</b>	<b>34,273,412</b>

Fuente. Autoras

**Total Capital de Trabajo.** Se requiere para el primer mes de Funcionamiento un total de \$ 38.103.770. Ver cuadro 90

**Cuadro 90 Total capital de trabajo**

Concepto	Valor mes \$
Costos de producción	7,390,527
Gastos administrativos y de ventas	8,635,777
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>16,026,304</b>

Fuente. Autoras

**5.1.4 Inversión Total.**

Para la puesta en marcha y operación del Funeraria para Mascotas “MI REFUGIO”, se requiere de una inversión total de \$108.950.438 Ver cuadro 91

**Cuadro 91. Inversión total**

Concepto	TOTAL
Inversión Fija	83,484,430

Inversión Diferida	9,439,704
Capital de trabajo	16,026,304
<b>Total inversión</b>	<b>108,950,438</b>

Fuente. Autoras

**5.1.5 Fuentes de Financiación.** Para el montaje y puesta en marcha del proyecto se requiere de una inversión inicial de \$ 108.950.438 los cuales serán aportados directamente por los socios inversionistas interesados en su realización.

## 5.2 COSTOS

Dependiendo de la incidencia de los costos sobre cada uno de los diferentes servicios, se calculan los costos fijos y variables, para determinar el valor de los costos totales.

**5.2.1 Costos Fijos.** Los costos fijos están compuestos por el valor de mantenimiento administración y operación, seguros de administración y operación, depreciación del área administrativa y operativa, amortización de diferidos, honorarios por concepto de servicios prestados por el contador entre otros. Ver cuadros 92 al 95

### Cuadro 92. Costos Fijos CIF

DETALLE	FIJO
Mensajero	10,834,323
Depreciación horno crematorio	7,000,000
Arriendo Lote	24,000,000
Mantenimiento	3,500,000
Seguro	700,000
<b>TOTAL</b>	<b>46,034,323</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 93. Costos fijos. Gastos de administración**

DETALLE	FIJO
Depreciación equipo de computación y com.	500,000
Depreciación muebles y equipo de oficina	297,264
Amortización Diferida	1,887,941
Salario Gerente	34,523,064
Salario Asistente Administrativo	17,259,449
Arriendos Area Administrativa	13,200,000
Seguros (pólizas)	54,726
Honorarios Contador	5,005,800
<b>TOTAL</b>	<b>72,728,244</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 94. Costos fijos. Gastos de Ventas**

DETALLE	FIJO
Salario vendedor	24,985,125
<b>Total</b>	<b>24,985,125</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 95. Total Costos Fijos**

DETALLE	FIJO
CIF	46,034,323
Gastos de Administración	72,728,244
Gastos de Ventas	24,985,125
<b>Total</b>	<b>143,747,692</b>

Fuente. Autoras

**5.2.2 Costos variables.** Conformados por la materia prima, mano de obra directa, servicios públicos, papelería, útiles de aseo y publicidad. Ver cuadros 96 al 99.

**Cuadro 96. Costos Variables CIF**

DETALLE	VARIABLE
Energía	1.680.000
Agua	1.650.000
Gas	2.640.000
<b>TOTAL</b>	<b>5.970.000</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 97. Costos Variables. Gastos de Administración**

DETALLE	VARIABLE
Energía	1.140.000
Agua	900.000
Teléfono	1.920.000
Útiles de aseo	666.660
Papelería y útiles de Oficina	420.900
<b>TOTAL</b>	<b>5.047.560</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 98. Costos Variables. Gastos de Ventas**

DETALLE	VARIABLE
Impt Industria y Comercio	3,312,619
Publicidad	743,400
<b>Total</b>	<b>4,056,019</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 99. Total Costos Variables**

DETALLE	VARIABLES
Materia Prima	20,842,000
Mano de Obra Directa	14,400,000
CIF	5,970,000
Gastos Administración	5,047,560
Gastos de Ventas	4,056,019
<b>Total</b>	<b>50,315,579</b>

Fuente. Autoras

**5.2.3 Costos Totales Unitarios.** Los costos totales unitarios se hayan sumando los costos fijos totales anuales y los costos variables totales anuales, el resultado se divide por la cantidad de servicios a prestar en el año. Estos costos corresponde a la suma de los costos y gastos fijos y los costos y gastos variables. Ver cuadro 100.

**Cuadro 100. Costos Totales**

DETALLE	TOTAL	COSTO UNITARIO
Materia Prima	20,842,000	
Mano de Obra Directa	14,400,000	
CIF	52,004,323	
Gastos Administración	77,900,804	
Gastos Financieros	783,120	
Gastos de Ventas	29,041,143	
<b>Total</b>	<b>194,971,390</b>	<b>201,542</b>

Fuente. Autoras

**5.2.4 Precio del servicio.** Para determinar el precio del servicio se analizaron los resultados arrojados por el estudio de mercados, en donde se pregunto por el precio que el cliente estaría dispuesto a pagar por el servicio ya sea de cremación y/o entierro en fosa de sus mascotas. Así mismo se tuvo de referencia los precios de la empresa que funciona en la ciudad de Bogotá. Ver cuadro 101

Esto permitió establecer un parámetro por servicio, que después de ser analizado por las autoras arrojó los siguientes resultados:

**Cuadro 101. Precio del servicio**

SERVICIOS	PRECIOS
Cremación Individual	300.000
Cremación Colectiva	100.000

Entierro	350.000
----------	---------

Fuente. Autoras

### 5.3 PROYECCIONES FINANCIERAS

**5.3.1 Ingresos Proyectados.** Para la proyección de los ingresos se tiene en cuenta el número de servicios a prestar, para los primeros cinco años de vida útil del proyecto, multiplicados por el precio de venta que permanece constante. Ver cuadros 102 y 103.

**Cuadro 102. Distribución de los servicios a prestar. Años 1 al 5**

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	# SERVICIOS AÑO 1	# SERVICIOS AÑO 2	# SERVICIOS AÑO 3	# SERVICIOS AÑO 4	# SERVICIOS AÑO 5
Cremación Individual	778	817	857	900	945
Cremación Colectiva	21	22	23	24	26
Entierro	169	177	186	195	205
<b>Total</b>	<b>967</b>	<b>1,016</b>	<b>1,067</b>	<b>1,120</b>	<b>1,176</b>

Fuentes Autoras

**Cuadro 103. Ingresos proyectados**

Año	Total ingresos
Año 1	294,455,000
Año 2	309,177,750
Año 3	324,636,638
Año 4	340,868,469
Año 5	357,911,893

Fuentes Autoras

**5.3.2 Egresos Proyectados.** Comprenden los costos de producción y los gastos de administración proyectados a cinco años, considerados como horizonte de evaluación de la presente propuesta. Ver cuadro 104.

**Cuadro 104. Egresos proyectados**

<b>Año</b>	<b>Total Egresos</b>
Año 1	194,971,390
Año 2	200,904,890
Año 3	207,121,535
Año 4	212,875,344
Año 5	219,487,598

Fuentes Autoras

## **5.4 ESTADOS FINANCIEROS**

**5.4.1 Flujo de Caja Proyectado.** Es la herramienta que presenta las entradas y salidas de efectivo en un período de tiempo determinado, sirve como referencia para la elaboración del balance general proyectado y es utilizado para el cálculo de las variables de evaluación financiera como el VPN y TIR. Ver cuadro 105.

**5.4.2 Estado de Resultados Proyectado.** Permite ver la utilidad obtenida por la empresa durante los cinco años proyectados. El estado de resultados sirve de base para la elaboración del balance general, flujo neto de caja, y para el cálculo de la evaluación financiera y razones financieras básicas que dan soporte a determinar si el proyecto es viable, factible y rentable. Ver cuadro 106.

**5.4.3 Balance General.** Informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital. Para este proyecto se elaboró este

balance general tomando desde el año base y proyectado a un año. Ver cuadro 107.

**Cuadro 105 Flujo de Caja Proyectado**

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>	<b>Inicial</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Entradas</b>						
<b>Efectivo</b>						
Ingresos por ventas		176.673.000	185.506.650	194.781.983	204.521.082	214.747.136
Aportes sociales	108.950.438					
Deudores Clientes			117.782.000	123.671.100	129.854.655	136.347.388
<b>Total de Entradas</b>	<b>108.950.438</b>	<b>176.673.000</b>	<b>303.288.650</b>	<b>318.453.083</b>	<b>334.375.737</b>	<b>351.094.523</b>
<b>Salidas</b>						
Maquinaria y Herramienta	72.615.000					
Equipo de oficina	2.972.640					
Equipo de computación y comunicación	2.440.000					
Cargos Diferidos	9.439.704					
Costo de producción		76.921.323	77.182.174	77.310.730	84.612.095	81.947.477
Gastos de administración		75.215.599	77.428.681	79.699.675	82.053.891	84.477.801
Gastos de Ventas		25.728.525	26.530.185	27.701.380	28.947.834	30.246.903
Gastos Financieros		0	1.030.036	1.102.023	1.170.900	1.178.014
Impuesto de renta y complementarios			33.088.021	35.730.044	38.779.984	42.237.731
Impuesto de Industria y comercio			3.312.619	3.478.250	3.652.162	3.834.770
Pago de Proveedores			3.200.000	5.450.360	7.850.360	2.450.650
<b>Total salidas</b>	<b>87.467.344</b>	<b>177.865.447</b>	<b>221.771.716</b>	<b>230.472.461</b>	<b>247.067.226</b>	<b>246.373.346</b>
<b>Saldo (Entradas - salidas)</b>	<b>21.483.094</b>	<b>-1.192.447</b>	<b>81.516.934</b>	<b>87.980.621</b>	<b>87.308.511</b>	<b>104.721.178</b>
<b>Saldo Inicial</b>		<b>21.483.094</b>	<b>20.290.648</b>	<b>101.807.582</b>	<b>189.788.203</b>	<b>277.096.714</b>
<b>Saldo Final</b>	<b>21.483.094</b>	<b>20.290.648</b>	<b>101.807.582</b>	<b>189.788.203</b>	<b>277.096.714</b>	<b>381.817.892</b>

Fuente. Autoras

### Cuadro 106 Estado de Resultado Proyectado

<b>Ingresos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos por ventas	294.455.000	309.177.750	324.636.638	340.868.469	357.911.893
<b>Tota Ingresos</b>	<b>294.455.000</b>	<b>309.177.750</b>	<b>324.636.638</b>	<b>340.868.469</b>	<b>357.911.893</b>
Inv. Inicial Materia prima	0	0	0	0	0
Compras Materia prima	20.842.000	22.002.000	23.141.890	24.352.000	25.577.000
Inventario Final Materia prima	0	0	0	0	0
<b>Costo Materia Prima</b>	<b>20.842.000</b>	<b>22.002.000</b>	<b>23.141.890</b>	<b>24.352.000</b>	<b>25.577.000</b>
Costo Mano Obra Directa	14.400.000	14.715.180	15.039.815	15.374.190	15.718.595
Costo CIF	52.004.323	53.035.354	54.099.385	54.456.554	55.577.572
<b>Costo de producción</b>	<b>87.246.323</b>	<b>89.752.534</b>	<b>92.281.090</b>	<b>94.182.744</b>	<b>96.873.167</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>207.208.677</b>	<b>219.425.216</b>	<b>232.355.547</b>	<b>246.685.725</b>	<b>261.038.725</b>
Gastos de administración	77.900.804	80.113.885	82.384.880	84.739.096	87.163.005
Gastos de Ventas	29.041.143	30.008.435	31.353.542	32.782.604	34.273.412
Gastos Financieros	0	1.030.036	1.102.023	1.170.900	1.178.014
<b>Utilidad operacional</b>	<b>100.266.730</b>	<b>108.272.860</b>	<b>117.515.102</b>	<b>127.993.125</b>	<b>138.424.295</b>
Impuestos Renta 33%	33.088.021	35.730.044	38.779.984	42.237.731	45.680.017
<b>Utilidad líquida</b>	<b>67.178.709</b>	<b>72.542.816</b>	<b>78.735.119</b>	<b>85.755.394</b>	<b>92.744.277</b>
Reserva legal 10%	6.717.871	7.254.282	7.873.512	8.575.539	9.274.428
<b>Utilidad del ejercicio</b>	<b>60.460.838</b>	<b>65.288.534</b>	<b>70.861.607</b>	<b>77.179.854</b>	<b>83.469.850</b>

Fuente. Autoras

**Cuadro 107. Balance General**

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>	<b>Inicial</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Caja y Bancos	21.483.094	20.290.648	101.807.582	189.788.203	277.096.714	381.817.892
Cuentas por Cobrar		117.782.000	123.671.100	129.854.655	136.347.388	143.164.757
Inventario de materia prima		0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>21.483.094</b>	<b>138.072.648</b>	<b>225.478.682</b>	<b>319.642.858</b>	<b>413.444.102</b>	<b>524.982.649</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>						
Maquinaria y Herramienta	72.615.000	72.615.000	72.615.000	72.615.000	72.615.000	72.615.000
Equipo de oficina	2.972.640	2.972.640	2.972.640	2.972.640	2.972.640	2.972.640
Equipo de computación y comunicación	2.440.000	2.440.000	2.440.000	2.440.000	2.440.000	2.440.000
Menos Depreciación Acumulada.	0	7.922.264	15.839.528	23.756.792	31.674.056	39.591.320
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>78.027.640</b>	<b>70.105.376</b>	<b>62.188.112</b>	<b>54.270.848</b>	<b>46.353.584</b>	<b>38.436.320</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>						
Cargos Diferidos	9.439.704	9.439.704	9.439.704	9.439.704	9.439.704	9.439.704
Menos Amortización diferida Acumulada	0	1.887.941	3.775.882	5.663.822	7.551.763	9.439.704
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>9.439.704</b>	<b>7.551.763</b>	<b>5.663.822</b>	<b>3.775.882</b>	<b>1.887.941</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>108.950.438</b>	<b>215.729.787</b>	<b>293.330.616</b>	<b>377.689.588</b>	<b>461.685.627</b>	<b>563.418.969</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>Pasivo Corriente</b>						
Impuesto sobre la renta por pagar	0	33.088.021	35.730.044	38.779.984	42.237.731	45.680.017
Impuesto de Industria y Comercio		3.312.619	3.478.250	3.652.162	3.834.770	4.026.509
Proveedores Nacionales	0	3.200.000	5.450.360	7.850.360	2.450.650	7.805.690

<b>Total pasivo corriente</b>	0	39.600.640	44.658.653	50.282.506	48.523.152	57.512.216
<b>Total Pasivos</b>	<b>0</b>	<b>39.600.640</b>	<b>44.658.653</b>	<b>50.282.506</b>	<b>48.523.152</b>	<b>57.512.216</b>
<b>Patrimonio</b>						
Aportes sociales	108.950.438	108.950.438	108.950.438	108.950.438	108.950.438	108.950.438
Reserva legal		6.717.871	13.972.152	21.845.664	30.421.204	39.695.631
Utilidades del ejercicio		60.460.838	65.288.534	70.861.607	77.179.854	83.469.850
Utilidades del ejercicio anteriores		-	60.460.838	125.749.372	196.610.979	273.790.833
<b>PATRIMONIO</b>	<b>108.950.438</b>	<b>176.129.147</b>	<b>248.671.963</b>	<b>327.407.082</b>	<b>413.162.475</b>	<b>505.906.753</b>
<b>Total (Pasivo+Patrimonio)</b>	<b>108.950.438</b>	<b>215.729.787</b>	<b>293.330.616</b>	<b>377.689.588</b>	<b>461.685.627</b>	<b>563.418.969</b>

Fuente. Autoras

## 6. EVALUACION DEL PROYECTO

### 6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una herramienta básica con la cual se puede determinar el número mínimo de servicios a ofrecer, para que el proyecto cubra sus costos y gastos. En este punto la empresa ni pierde ni gana.

Se utiliza como medida guía para establecer el compromiso mínimo que debe fijarse la empresa para que al menos cumpla a cabalidad con el capital de trabajo requerido para su normal funcionamiento. Ver cuadros 108 y 110

**Cuadro 108. Distribución de los costos variables por servicio**

AÑO 1	Cremación Individual	Cremación Colectivo	Entierro
Precio del servicio	\$ 300,000	\$ 100,000	\$ 350,000
Costo Variable	59,636.73	9,535.37	88,861.99
Margen de Contribución	240,363.27	90,464.63	261,138.01
% participación respecto a los ingresos	79%	1%	20%
Servicios a vender en el año 1	778	21	169

Fuente. Autoras

**Cuadro 109. Cálculo del Costo Variable Unitario por servicio**

AÑO 1	Cremación Individual	Cremación Colectivo	Entierro
Costo variable por materia prima	15,740	740	65,000
Costo variable por M.O.D.	9,202	6,857	11,353
Costo variable por CIF, gastos de administración y de ventas	34,694	1,938	12,509
<b>Total costo variable por producto</b>	<b>59,637</b>	<b>9,535</b>	<b>88,862</b>

Margen de contribución ponderado =  $240363,27 * 79\% + 90464,63 * 1\% + 261138,01 * 20\%$

Margen de contribución ponderado = 243.460,03

Punto de Equilibrio =  $\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{MC P}}$   $\frac{143,747,691.55}{243.460,03}$

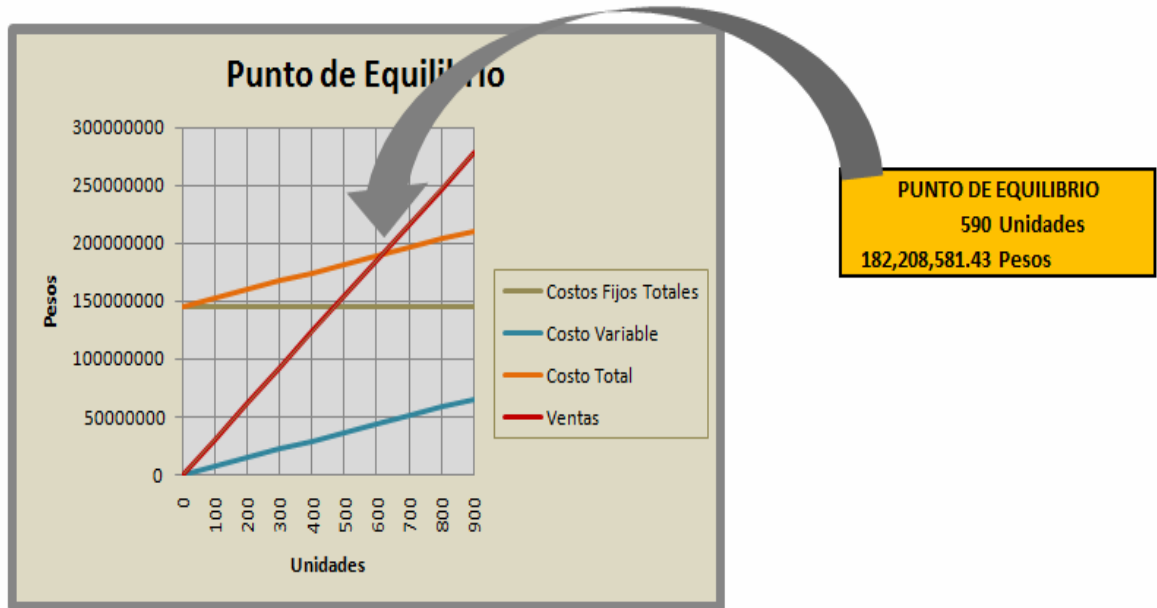
Punto de Equilibrio = 590,44 ~ 590

**Cuadro 110. Distribución de los servicios en el punto de equilibrio**

PRODUCTO	PARTICIPACIÓN	SERVICIOS A PRESTAR EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO
Cremación Individual	79%	466
Cremación Colectiva	1%	6
Entierro	20%	118
<b>Total</b>		<b>590</b>

Fuente. Autoras

**Gráfica 18. Punto de Equilibrio**



## 6.2 IMPACTO SOCIAL

**6.2.1 Desarrollo regional.** El proyecto constituye, sin duda una alternativa de desarrollo sostenible para la ciudad de Bucaramanga y Área Metropolitana, ayudando con ello a brindar soluciones inmediatas a situaciones inevitables y en muchas oportunidades imprevistas que ocasionan malestar al interior de cada hogar, como es la muerte de una mascota.

Otro aspecto importante es que además de brindar un lugar digno al animal que en algún momento compartió la cotidianidad de cada hogar convirtiéndose indiscutiblemente en un miembro más de este y que por enfermedad o accidente muere, ofrece un aporte en el cuidado y preservación tanto de la salud humana como del medio ambiente, en muchas oportunidades no se sabe que hacer con el animal y es botado o abandonado en sitios que no son los adecuados para la putrefacción de los animales, causando no solo malestar por quienes lo observan

sino también perjudicando la salud de quienes viven en sus alrededores o transitan por el lugar.

Igualmente se realizarán los pagos de impuestos contribuyendo con ello al mejoramiento de los ingresos municipales, mediante pagos de gravámenes como:

- Licencia de funcionamiento
- Impuesto de Industria y Comercio
- Impuesto de renta

Aunque el proyecto desde todos sus estudios, de mercados, técnico y financiero es viable, genera una buena rentabilidad también es cierto que hay condiciones externas –externalidades- que influyen en el logro de las metas que cada empresario se traza una vez inicia su ciclo productivo.

Desafortunadamente el país si que se ve influenciado por estos aspectos y aunque la idea siempre es maximizar los recursos de que se disponen el entorno económico influye en que los resultados no sean los esperados.

No se puede ser ajeno a ello, por lo tanto, hay que tener claro que situaciones influyen en que el panorama a veces no sea el esperado; dentro de los aspectos que intervienen se tienen:

- **El desempleo.** Se dice que un desempleo entre el 4 y el 6% refleja economías sólidas, sin embargo el país tiene actualmente un índice, que esta por el 12.1%<sup>25</sup> según la Presidencia de la República; si se observa de manera directa tal situación, se ve el aumento exagerado de empleos indirectos, por quienes una

---

<sup>25</sup> [http://www.dinero.com/economia/empleo/desempleo-121-noviembre\\_67309.aspx](http://www.dinero.com/economia/empleo/desempleo-121-noviembre_67309.aspx)

vez desempleados buscan la manera de sobrevivir –rebusque-, esto también influye en la capacidad de pago por parte de los futuros clientes del Cementerio para mascotas “Mi Refugio”.

- **La inflación interna y externa.** A nivel interno vemos como al subir la tasa de inflación se pierde la capacidad de compra y el individuo se ve obligado solo a satisfacer sus necesidades primarias básicas –comida, vivienda y educación- situación que le cohibe de destinar dinero para actividades adicional, en este caso para el entierro de mascotas; a nivel externo –mundo- igualmente se afecta el país, específicamente con los países con los cuales se mantienen negociaciones, ya que al perder su capacidad de compra, disminuye el nivel de exportaciones hacia los mismos, disminuyendo con ello la balanza comercial del país lo que obliga al gobierno a tomar medidas emergentes, creación de más impuestos, a fin de contar con la liquidez necesaria para cubrir sus costos fiscales –deuda externa-

Aunque los factores que anteriormente se mencionaron condicionan indiscutiblemente la puesta en marcha de este proyecto, también es cierto que se cuentan con todos los argumentos a favor para su implementación y puesta en marcha.

**6.2.2 Generación de empleo.** La creación y desarrollo de una nueva empresa es un efectivo aporte a la disminución del alto índice de desempleo, puesto que va a dar la ocupación a por lo menos cuatro trabajos directos (gerente, asistente administrativa, vendedor y mensajero) y 3 indirectos (revisor fiscal, contador y sepulturero); cumpliendo, por tanto una función social.

Como Profesionales en Gestión Empresarial es importante tener en cuenta que la formación que hasta la fecha se recibió en la formación de pregrado va encaminada precisamente a obtener herramientas administrativas que permitan la

generación de ideas que construyan bienestar a la comunidad donde se desarrollan.

### **6.3 IMPACTO AMBIENTAL**

El servicio funerario de disposición y el manejo de un cuerpo inerte, constituye un servicio con alto impacto ambiental, sanitario y urbanístico y que por tanto el control, la regulación del servicio y las condiciones de construcción y operación de los equipamientos públicos o privados son necesarios para mejorar la calidad de vida de la población.

La ausencia de políticas y mecanismos de regulación para la prestación de los servicios funerarios ha generado la proliferación de equipamientos y servicios con innumerables efectos sobre la estructura urbana y ambiental de la ciudad donde operan, lo que implica impactos urbanísticos y funcionales, ausencia de entes gremiales que verifiquen niveles de calidad y coherencia y consistencia de las tarifas de los servicios que se aplican entre los distintos prestadores del servicio y entre los ciudadanos y ciudadanas vulnerables de la ciudad que lo demanda.

A pesar de lo anterior, se ha venido atendiendo los servicios de atención funeraria y destino final de seres humanos fallecidos, a través de los sectores público y privado, presentando una cobertura del 100% en dichos componentes.

En este contexto, el Plan Maestro de Cementerios y Servicios Funerarios – PMCSF -, es un instrumento de planificación social, económica y territorial de largo plazo que se estructura en principios, políticas, estrategias, programas y proyectos con su respectivo Plan Plurianual de Inversiones 2006-2019.

El PMCSF pretende: Recuperar para el Estado, en este caso la Ciudad de Bucaramanga, la facultad de controlar y supervisar la calidad ambiental y el cumplimiento de las normas sanitarias y urbanísticas de los equipamientos del sector funerario y la prestación de este servicio; extendiendo esta facultad a los 2 componentes básicos del sector: Atención Funeraria (AT) y Destino Final (DF).

Instaurar un mecanismo de concertación y consulta con el sector privado, los gremios económicos y los usuarios.

Adicional a la expedición de Licencias de Construcción, promover el cumplimiento de la normatividad de ordenamiento territorial y los instrumentos de gestión urbana:

Planes de Regularización, Planes de Implantación, Planes Zonales y demás planes especiales.

Fortalecer los mecanismos de control social y de las Alcaldías Locales;

Satisfacer varias necesidades de interés general tales como:

- ✓ La salubridad pública, en la medida que los restos humanos –para este caso particular las mascotas- son un agente contaminante.
- ✓ La preservación y recuperación del medio ambiente, en cuanto a la instalación y operación de los equipamientos del sector funerario.
- ✓ El ordenamiento del territorio y el espacio público para lograr el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos.

El proyecto que se presenta a consideración de los ciudadanos y ciudadanas consta de cuatro (4) políticas fundamentales<sup>26</sup>:

1. POLITICA SOCIAL, contiene el conjunto de actividades cuyo objetivo principal es conseguir el acceso a la atención funeraria y al destino final de todos los cuerpos vivos fallecidos en el territorio nacional.
2. POLÍTICA TERRITORIAL URBANA Y RURAL, conjunto de actividades para reducir y potencializar los impactos urbanos, sociales y ambientales generados por los servicios y por los equipamientos de cementerios y servicios funerarios en la ciudad, estructurar la integración de los territorios urbano y rural, reducir costos de transporte entre la ubicación del ser vivo fallecido y la oferta comercial de servicios funerarios, brindar asistencia técnica a la gestión de servicios funerarios en las zonas rurales I y apoyar las operaciones estratégicas de articulación de servicios de cobertura regional.
3. POLÍTICA TERRITORIAL URBANO REGIONAL, agrupa los programas y proyectos orientados a lograr contribuir al ordenamiento territorial regional propiciando la integración de cada ciudad capital con la región, apoyando las operaciones estratégicas de articulación de servicios de cobertura regional.
4. POLÍTICA ECONÓMICO FINANCIERA, agrupa los programas y proyectos orientados a lograr la estructuración legal, institucional, económica y financiera de los esquemas de coparticipación público-privada en la prestación de los servicios funerario con la vinculación de los equipamientos de propiedad del Distrito Capital

---

<sup>26</sup> Plan Maestro de Cementerios y Servicios Funerarios. Alcaldía Mayor de Bogotá. [on line] [http://www.uesp.gov.co/documentos/15\\_02\\_2006\\_03\\_02\\_09\\_p.m.\\_PMSCF%20con%20logo18feb.pdf](http://www.uesp.gov.co/documentos/15_02_2006_03_02_09_p.m._PMSCF%20con%20logo18feb.pdf)

para mejorar las condiciones de la sostenibilidad económica y financiera del servicio para lograr valorar los subsidios otorgados y focalizar la inversión pública.

Para la prestación del servicio de atención funeraria y destino final de seres vivos fallecidos, se propone en las estrategias de ordenamiento urbano establecer, una Red integrada de Cementerios y Servicios Funerarios; basada en nodos especializados y autónomos, localizados en áreas definidas para tal fin en el PMCSF.

Se reglamentan las infraestructuras y equipamientos del servicio diferenciando aquellos afectos a los servicios de atención funeraria y destino final, de aquellos que si bien ofrecen servicios funerarios, no forman parte del servicio como es el caso de las numerosas agencias de venta de servicios y de preexequiales, realizadas en espacios privados como actividades comerciales e industriales que se rigen en materia de precios y contratos por el Código de Comercio.

Motivo de preocupación de la Administración de cada Municipalidad es el gran número de equipamientos de atención funeraria y de destino final ubicados en zonas e inmuebles de interés cultural y residencial que se han desarrollado en las diferentes ciudades sin reglamentación urbanística, tema de gran preocupación para sus propietarios y para los vecinos quejosos por los impactos ambientales y urbanísticos originados en estos establecimientos.

Después de tantos años de falta de normas claras y precisas, con la adopción del PMCSF, se podrá contar con claras reglas de juego para su localización, construcción y adecuación de inmuebles de tal forma que se reduzcan los impactos ambientales, no se invada el espacio público vial y peatonal y especialmente se eviten conflictos de vecindad. Ante una realidad económica y de generación de empleo formal e informal en estas actividades, el PMCSF ofrece

alternativas para la regularización de estos equipamientos, estableciendo normas y otorgando plazos para adecuarse a ellas.

Cada administración en los diferentes Municipios del Territorio Nacional debe convocar a una discusión zonal que amplíe el proceso de participación para realizar los ajustes que sean convenientes, legal y técnicamente viables.

## 6.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

**6.4.1 Valor Presente Neto.** Se define como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluido como egreso la inversión) a valores actualizados. Ver cuadro 111

Para el cálculo de la tasa mínima aceptable de rendimiento se tomará en base a la DTF de 3.5% y para el desarrollo de este estudio se establece un factor de riesgo del 10%.

### Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

$$\text{Interés} = [(1+i_1) (1+i_2) - 1] * 100$$

$$\text{DTF} = 3.5\%. \text{ Junio 23 de 2010}$$

$$\text{Interés} = [(1+0,0700) (1+0,10) - 1] * 100$$

Tasa mínima aceptable de rendimiento

17.70%

**Cuadro 111. Valor presente Neto**

Periodo	Inversión	Flujos Netos	Factor VPN	VPN (0)	VPN Acumulado
Año		Sin Actualizar	(1+i) <sup>n</sup>		
0	-108.950.438		1,0000		-108.950.438
1		-1.192.447	1,1770	-1.013.124	-109.963.562
2		81.516.934	1,3853	58.843.015	-51.120.548
3		87.980.621	1,6305	53.958.223	2.837.675
4		87.308.511	1,9191	45.493.644	48.331.320

5		104.721.178	2,2588	46.360.937	94.692.256
<b>TOTAL ACUMULADO</b>				<b>\$ 203.642.695</b>	
<b>VALOR PRESENTE NETO</b>				<b>\$ 94.692.256</b>	

Fuente. Autoras

El VPN de \$ 94.692.256, es superior a cero (0), por lo tanto se dice que el proyecto es rentable y conveniente para su ejecución.

**6.4.2 Tasa interna retorno TIR.** Esta refleja la tasa de interés o rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil. Ver cuadro 112.

**Cuadro 112. TIR**

-108.950.438	
-1.192.447	
81.516.934	
87.980.621	
87.308.511	
104.721.178	42,40%

Fuente. Autoras

Utilizando la hoja electrónica –Excel - se calcula y da una TIR del 42,4%; lo que significa que al ser mayor de la tasa de oportunidad este proyecto es viable.

**6.4.3 Periodo de recuperación.** Es el periodo de tiempo en el cual se cubre el monto total de la inversión, con los flujos netos de efectivo.

El último valor negativo del VPN acumulado representa el año en que se recupera la inversión. Para el presente proyecto, la inversión es de \$ 108.950.438 y se recuperará en un periodo aproximado de tres años y 19 días.

**6.4.4 Análisis de las razones financieras.** El análisis por razones o indicadores financieros, ver cuadro 113, establece una relación numérica entre dos

cantidades, estas dos cantidades pueden ser diferentes, ya sea del balance o del estado de resultados, en la cual señala los puntos fuertes y débiles de un negocio e indica probabilidades y tendencias; por este motivo se ha seleccionado una serie de razones o indicadores que se pueden utilizar y dentro de los cuales se analiza:

- **Razones de liquidez.** La empresa tiene como respaldar sus deudas a través de sus activos corrientes y cuenta con capital disponible para la prestación de los servicios a ofrecer en el Cementerio para Mascotas “Mi Refugio”. El comportamiento es creciente en los cinco años, esto se evidencia por el valor del Patrimonio ya que no se ha definido la distribución de las utilidades; se recomienda definir dicha distribución por parte de los socios reinvertiendo dicho rubro en el aumento de los activos.

- **Razones de rentabilidad.** Por cada peso que la empresa genera en ventas se produce una utilidad neta de \$0,70 para el año uno terminando el año cinco con una utilidad neta del 72%. Favorable por cuanto la empresa mantiene un crecimiento proporcionado y sostenible durante el tiempo de evaluación.

La rentabilidad con relación al capital inicia el año uno con una ganancia de \$0.34 con respecto a cada peso del patrimonio y termina con \$0.16 en el quinto año, los socios de la empresa obtuvieron un rendimiento sobre su inversión de 34% para el primer año, sigue igualmente siendo favorable, ya que el aporte que realizan los socios con su inversión genera utilidades crecientes durante los cinco años.

- **Razones de endeudamiento.** El nivel máximo de endeudamiento para una empresa es del 70% y de acuerdo a las proyecciones hechas a través de los cinco años la empresa no pasa del 22%, es decir, la empresa puede arriesgarse a contraer deudas adicionales, pues cuenta con el respaldo suficiente a través de sus activos para responder responsablemente. Por lo tanto es favorable.

Sin embargo, es importante que la empresa no mantenga un nivel tan bajo de endeudamiento, si tiene la posibilidad de adquirir deudas que le permitan realizar otro de inversiones con el objeto de obtener mayor crecimiento, sin depender solo del objeto social de la empresa.

- **Indicadores de apalancamiento.** La nueva empresa contaría con respaldo ante sus acreedores y entidades financieras a través del patrimonio para los cinco años. Toda la concentración de la deuda es en el corto plazo.

**Cuadro 113. Indicadores Financieros**

INDICADORES FINANCIEROS PROYECTADOS						
RAZONES DE LIQUIDEZ		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	3,49	5,05	6,36	8,52	9,13
Razón del Capital de Trabajo	Act. Cte - Pas. Cte	98.472.008	180.820.029	269.360.352	364.920.950	467.470.433
<b>RAZONES DE RENTABILIDAD</b>						
Margen bruto de ganancias	$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}} * 100$	70,37	70,97	71,57	72,37	72,93
Margen de operación	$\frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Ventas netas}} * 100$	34,05	35,02	36,20	37,55	38,68
Margen neto de ganancias	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} * 100$	20,53	21,12	21,83	22,64	23,32
Rentabilidad en relación al capital	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}} * 100$	34,33	26,25	21,64	18,68	16,50
Rentabilidad en relación a la inversión	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total bruto}} * 100$	43,79	28,96	22,17	18,67	15,90

<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>						
Nivel de endeudamiento	<u>Pasivo total</u>	0,18	0,15	0,13	0,11	0,10
	<u>Activo total</u>					
Concentración del endeudamiento en el corto plazo	<u>Pasivo corriente</u>	1	1	1	1	1
	<u>Pasivo total</u>					
<b>INDICADORES DE APALANCAMIENTO</b>						
Leverage total	<u>Pasivo total</u>	0,22	0,18	0,15	0,12	0,11
	<u>Patrimonio</u>					
Leverage a corto plazo	<u>Pasivo corriente</u>	0,22	0,18	0,15	0,12	0,11
	<u>Patrimonio</u>					

## CONCLUSIONES

A través de todos los anteriores estudios se pudo establecer y demostrar la factibilidad para la creación en la ciudad de Bucaramanga de un empresa dedicada a prestar servicios fúnebres para mascotas, que permita a sus dueños poder brindar un final digno por los años de acompañamiento y fidelidad brindado por el animal a través del tiempo.

En el primer capítulo se investigaron aspectos relacionados con las mascotas y su importancia en el seno familiar a través de los tiempos, clasificación de los caninos por tamaño y peso, se estudiaron y analizaron este tipo de empresas en otros países como Estados Unidos, España y México para conocer su estructura y fortalezas. Se indagó sobre el marco legal que encierra y se debe tener en cuenta para este tipo de negocios en la ciudad determinándose que es igual a los servicios fúnebres para humanos.

Finalizado el estudio de mercados se logró definir las especificaciones del servicio que se prestará y su trascendencia frente al mercado objetivo, se identificó dicho mercado que corresponde a 60.871 hogares en los estratos 4,5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga se comprobó la presencia de mascotas en el 85% de los hogares ubicados en la ciudad de Bucaramanga, de los cuales el 86% se muestran interesados en solicitar los servicios funerarios para las mismas que corresponde a un población de 39.157 hogares. Se estableció la situación actual y futura de la demanda y la oferta y se determinó que si existe aceptación para la nueva empresa Cementerio para mascotas “Mi Refugio”, en los hogares ubicados en los estratos 4 al 6 de la ciudad de Bucaramanga.

En el estudio técnico se fijaron las capacidades totales como la diseñada, instalada, utilizada y proyectada de la funeraria. La capacidad utilizada se determinó en 1.382 servicios exequiales a vender de los cuales la empresa cubrirá un 70% de esta capacidad correspondiente a 967 servicios a ofrecer en el primer año y se calculó un incremento del 5% anual. Se realizó la calificación de cada factor incidente en la localización de la empresa, determinándose como la mejor opción el área administrativa en el Barrio Nuevo Sotomayor y el cementerio en el Km 14 en la vía Bucaramanga Cúcuta. Se realizó la descripción técnica para el servicio y el diagrama de flujo correspondiente para la prestación de dicho servicio definiéndose los parámetros básicos para controlar la calidad y el servicio a los clientes.

De acuerdo a las capacidades establecidas se identificaron los recursos físicos, humanos y de insumos necesarios para el inicio de las actividades. Se distribuyó el área de lote teniendo en cuenta los servicios a prestar, se definió las adecuaciones necesarias a realizar para adecuar el horno crematorio de forma que cumpla con los requerimientos del Ministerios de salud y medio Ambiente.

En el estudio Administrativo se estableció la forma de constitución de la empresa y su representante legal, se investigó sobre los requerimientos legales para la creación y puesta en marcha de la empresa. Se formuló la Visión, Misión, los objetivos y las políticas a seguir. Se elaboró el organigrama con los cargos de gerente, Asistente administrativa, mensajero – conductor, contador y el Sepulturero – operario, con la respectiva descripción y perfil de cada cargos y su asignación salarial.

El estudio financiero mostró que la inversión requerida para la instalación y puesta en marcha de la empresa es de \$ 108.950.438 de los cuales los dos socios harán un aporte en partes iguales, sin recurrir a crédito bancario.

La evaluación financiera comprobó que el proyecto económicamente genera rentabilidad, al arrojar una TIR del 42,4% comparada con una tasa de oportunidad de 17.70% efectiva anual y un VPN de 94.694.256, lo cual verifica la efectividad de la propuesta.

En cuanto a los resultados arrojados por los indicadores financieros la empresa tiene el capital necesario para prestar los servicios estimados en el estudio, se aconseja que el exceso de liquidez que refleja, que corresponde a la utilidad por distribuir, los socios determinen un porcentaje del mismo para la compra del lote donde se encuentra ubicado el cementerio y así mismo busque otras alternativas de inversión para que mejore su nivel de rentabilidad.

Realizados los diferentes estudios, se comprobó la viabilidad y efectividad para el montaje del Cementerio de Mascotas “Mi Refugio”, por lo tanto se aconseja su implementación y puesta en marcha en el inmediato futuro, logrando con ello además de rentabilidad ofrecer solución a un servicio que no es ofrecido actualmente por ninguna empresa y que bien merece ser tenido en cuenta no solo para mejorar ingresos sino como bienestar a la comunidad en la cual se pretende desarrollar.

## BIBLIOGRAFÍA

En Colombia también comienzan a florecer los servicios funerarios para mascotas en la ciudad de Bogotá existe la empresa FUNERAVET en <http://www.funeravet.com.co/>

En Madrid se encuentra “El último parque” un cementerio para mascotas que se abrió por primera vez en 1983 en <http://www.elultimoparque.com/>

Cientos de años antes de la llegada de los europeos a América del Sur, la civilización Chiribaya valoraban tanto a sus perros que eran enterrados junto a los miembros de la familia de sus amos. en [http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid\\_5375000/5375516.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_5375000/5375516.stm)

FLEITMAN, Jack. Negocios exitosos. Cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio. Mc.Graw-Hill. 2000.

KOTLER, Philip. Marketing y Estrategias. Mc Graw Hill. México, 1998

La empresa Ellis Coleen a través de Pet Ángel Memorial Center ha creado una funeraria para perros, gatos, pájaros, animales exóticos y toda clase de mascotas en <http://animalesmascotas.com/funerarias-para-mascotas/>

Los perros se pueden clasificar según su tamaño y peso en razas gigantes, grandes, medianas, pequeñas y minis en <http://cachorroskcm.blogspot.com/2008/01/clasificación-por-razas-html>

MÉNDEZ A., Carlos E. Metodología. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. Editorial Mc. Graw Hill. Bogotá. 1995.

Microsoft Corporation, Enciclopedia Encarta

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Investigación-Formulación y Evaluación. Editorial Mc Graw Hill. Bogotá. 2002.

NUEVO CÓDIGO DE COMERCIO. Desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas. Ley 590 del 2000 . Artículos 44 y 45

REINARES LARA, Pedro. CALVO FERNÁNDEZ, Sergio. Gestión de la Comunicación Comercial. Editorial Mc. Graw Hill. España. 1999.

Se dice que un desempleo entre el 4 y el 6% refleja economías sólidas, sin embargo el país tiene actualmente un índice, que esta por el 12.1% en [http://www.dinero.com/economia/empleo/desempleo-121-noviembre\\_67309.aspx](http://www.dinero.com/economia/empleo/desempleo-121-noviembre_67309.aspx)

VARELA, Rodrigo. Evaluación Económica de Inversiones. Editorial Norma. Cali, 1989.

## Anexo A

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA, 2009**



**NOMBRE:** \_\_\_\_\_ **TEL:** \_\_\_\_\_ **ESTRATO**  
\_\_\_\_\_

El objetivo de la encuesta es determinar la aceptación de una empresa que preste servicios funerarios –mausoleo para mascotas - en la ciudad de Bucaramanga.

1. ¿Actualmente tiene mascota en su hogar?  
a. Si \_\_\_\_\_ b. No. \_\_\_\_\_  
Si la respuesta es no favor terminar la encuesta
2. Qué clase de mascota tiene, (indique cantidad)  
a. \_\_\_ Canino ( \_\_\_ )      b. \_\_\_ Felino ( \_\_\_ )      c. \_\_\_ Ave ( \_\_\_ )  
d. \_\_\_ Otra, ¿cuál? ( \_\_\_ ) \_\_\_\_\_
3. Si su respuesta es Canino que raza es \_\_\_\_\_
4. Ha muerto alguna mascota en su hogar?  
a. \_\_\_ Sí      b. \_\_\_ No  
Si la respuesta es no continúe en la pregunta 5.
5. Al morir su mascota que decidió hacer con su cuerpo?  
a. \_\_\_ Lo boto en las afueras de la ciudad      b. \_\_\_ Lo entrego en una veterinaria  
c. \_\_\_ Lo enterró en el solar de su casa      d. \_\_\_ otra, ¿cuál? \_\_\_\_\_
6. Si su respuesta fue la b. Cuanto pagó por este servicio? \_\_\_\_\_
7. Si llegara a morir su mascota, le gustaría encontrar una empresa que le ofreciera un servicio que le permita dar un destino final digno a su mascota?  
a. \_\_\_ Si      b. \_\_\_ No      Porque \_\_\_\_\_
8. De las siguientes opciones, cual desearía darle a su mascota al momento de su muerte?  
a. Cremación:      Individual \_\_\_\_\_ Colectiva \_\_\_\_\_  
b. \_\_\_ Entierro      c. \_\_\_ Otra Cual \_\_\_\_\_

9. Cuanto estaría usted dispuesta a pagar por el servicio que desea para su mascota muerta?

➤ **Cremación colectiva**

- a. \_\_\_ De 90.000 a 120.000    b. \_\_\_ De 120.000 a 140.000  
c. \_\_\_ De 140.000 a 160.000    d. Otro \_\_\_\_\_

➤ **Cremación Individual**

- a. \_\_\_ De 300.000 a 400.000    b. \_\_\_ De 400.000 a 500.000  
c. \_\_\_ De 500.000 a 600.000    d. Otras \_\_\_\_\_

➤ **Entierro**

- a. \_\_\_ De 350.000 a 400.000    b. \_\_\_ De 400.000 a 450.000  
c. \_\_\_ De 450.000 a 500.000    d. Otra \_\_\_\_\_

10. De las siguientes opciones, cual le gustaría que fuera el destino final de su mascota?

- a. \_\_\_ enterrar las cenizas bajo un árbol    b. \_\_\_ Entierro en bóveda  
c. \_\_\_ Entierro en tierra    d. \_\_\_ Esparcir las cenizas sobre un río  
e. \_\_\_ Reposar las cenizas en una Urna    f. \_\_\_ Otro destino Cual? \_\_\_\_\_

11. Estaría interesado en solicitar los servicios de una empresa que le ofrezca el servicio funerario a sus mascotas?

- a. \_\_\_ Sí    b. \_\_\_ No   Cuál \_\_\_\_\_

12. ¿Estaría interesado en solicitar los servicios de una empresa que le ofrezca el servicio funerario a sus mascotas?

- a. \_\_\_ Sí    b. \_\_\_ No

13. ¿Cómo preferiría pagar el servicio funerario de su perro?

- a. \_\_\_ Contado    b. \_\_\_ Crédito

14. ¿A través de que medios de comunicación desea enterarse de los nuevos servicios que ofrece el mercado?

- a. \_\_\_ Volante    b. \_\_\_ Páginas amarillas    c. \_\_\_ Internet  
d. \_\_\_ Recomendación de un amigo    e. \_\_\_ Periódico    f. \_\_\_ Televisión  
g. \_\_\_ Otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_

15. ¿Qué servicios opcionales le gustaría encontrar complementarios a este servicio funerario?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



## Anexo C Cotización Papelería



**Diseño**  
**EMPRESARIAL**  
Litografía y Tipografía

Bucaramanga, mayo 16 de 2008

Señores

Cementerio para mascotas "Mi Refugio"

Atn. Sra. CARMEN SOFIA RAMOS

Fax: 676 0724 - 676 2828

Ciudad

De acuerdo a su amable solicitud, estamos presentando para su análisis y aprobación la siguiente COTIZACIÓN, así:

REFERENCIA	:	<u>VOLANTES</u>	- TRES TINTAS UNA CARA - PAPEL BOND 75 GRs.
CANTIDAD	:	1.000	FORMATO: 21.5 X 13.5
VALOR	:	<b>\$125.000</b>	
REFERENCIA	:	<u>TARJETAS PRESENTACIÓN</u>	- FULL COLOR UNA CARA - PRO- PÁLCOTE 250 GRs. - PLASTIFICADO BRILLANTE (8 DÍAS ENTREGA)
CANTIDAD	:	1.000	FORMATO: 9 X 5.5
VALOR	:	<b>\$65.000</b>	
REFERENCIA	:	<u>HOJAS MEMBRETEADAS</u>	- TRES TINTAS - BOND 75 EXTRABLANCO
CANTIDAD	:	1.000	FORMATO: 21.5 X 28
VALOR	:	<b>\$150.000</b>	
REFERENCIA	:	<u>SOBRES MEMBRETEADOS</u>	- TRES TINTAS - BOND 75 EXTRABLANCO
CANTIDAD	:	1.000	FORMATO: 24 X 11.5
VALOR	:	<b>\$170.000</b>	

**MAS EL 16% DE I.V.A.**

**CONDICIONES COMERCIALES**

VALIDEZ DE LA OFERTA: 30 DIAS A PARTIR DE LA FECHA COTIZACIÓN  
TIEMPO DE ENTREGA: TRES (3) DIAS HÁBILES DESPUES DE APROBAR ARTES  
FORMA DE PAGO: 50% ANTICIPO - SALDO CONTRA ENTREGA

En la confianza de que nos será posible llegar a un pronto entendimiento, le saluda

  
**Hildalucía Portilla**  
Departamento de Ventas

Asesor: RICARDO OVIEDO

No. 37-88 Bucaramanga - Colombia  
Tel: 676 0785 Telefax: (7) 676 2520  
Correo: [ventas-4@gmail.com](mailto:ventas-4@gmail.com)

**UNA VÍA RÁPIDA PARA  
OBTENER LA PAPELERÍA  
QUE SU EMPRESA NECESITA**

## Anexo D Cotización Publicidad



TARIFAS 2009 - RCN BUCARAMANGA

CLIENTE:

EMISORA	Valor Neto Cufia Vez				
	DIAL	30"	20"	15"	10"
RUMBA ST.	103.7 FM	20000	15000	12000	10000
LA MEGA	88.7 FM	21750	16250	13000	10875

## Anexo E Crecimiento Poblacional para Santander



INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

### COLOMBIA Población y tasas de crecimiento media anual, según departamentos. 1999 y 1995 - 2015

Departamentos	Tasa de crecimiento media anual (por cien)
<b>Total</b>	
Santafé de Bogotá D.C.	2,08
Amazonas	2,64
Antioquia	1,31
Arauca	3,02
Atlántico	2,06
Bolívar	2,12
Boyacá	0,58
Caldas	1,07
Caquetá	2
Casanare	2,49
Cauca	1,68
Cesar	1,78
Chocó	0,42
Córdoba	1,09
Cundinamarca	1,58
Guainía	2,89
Guaviare	2,55
Huila	1,38
La Guajira	1,68
Magdalena	1,8
Meta	1,83
Nariño	1,59
Norte de Santander	1,96
Putumayo	2,55
Quindío	1,55
Risaralda	1,53
San Andrés	2,25
<b>Santander</b>	<b>1,09</b>
Sucre	1,78
Tolima	0,24
Valle	1,56
Vaupés	1,96
Vichada	2,94

## Anexo F Especificaciones Horno Crematorio



**HORNO CREMATORIO**  
Modelo HCM Para Mascotas  
07 / 2003 - Rev. 01

Señora

**CARMEN SOFIA RAMOS**

Bucaramanga

Ref. Especificaciones Horno Crematorio para mascotas Ref. HCM 35

Según su solicitud ponemos a su disposición cotización de Horno Crematorio para mascotas.

### Especificaciones Técnicas

HORNO CREMATORIO REFERENCIA HCM 35	
Consumo de gas natural por ciclo de operación	25 m <sup>3</sup>
Consumo de energía eléctrica por ciclo	4 kw
Tiempo de cremación, condiciones normales	1,5 hs.
Temperatura de operación cámara de cremación	800°C
Temperatura operación cámara recombustión	1.100°C
Capacidad del horno:	60 kg/h
Peso de la unidad:	3.850 kg
Costo incluida instalación	\$ 70.000.000

Cordialmente,

Juan Carlos Florez

Ingeniero Caltec

## Anexo G Cotización Refrigerador



Bogotá, Marzo 23 del 2010

Señores  
**Funeraria Mi Refugio**  
Bucaramanga

Ref. Refrigeración RCS 2P

Atendiendo su solicitud nos permitimos cotizar equipo de refrigeración para cadáveres RCS 2P, el equipo puede ajustarse a las necesidades de su empresa para la conservación de cadáveres de mascotas.

### Características Generales:

Aislamiento en Poliuretano de alta densidad de 3" de espesor para un mayor ahorro de energía eléctrica. Fabricado en acero inoxidable tipo 304 con acabado sanitario para su fácil limpieza.

- Pícaporte reforzado.
- Charolas en acero inoxidable
- Evaporador automático
- Iluminación interior.
- Puertas sólidas en acero inoxidable.

ESPECIFICACIONES TECNICAS	
Modelo:	RCS-2P
Medidas:	Frente : 1 mts. Fondo: 2.36 mts. Alto: 2.14 mts.
Capacidad	Dos cuerpos Humanos o 180 kilos de peso
Puertas	2
Charolas	10
Compresor	1 H.P
Voltios	220
Amperes	9.6
Alimentación eléctrica	Trifásica.

Costo Equipo: \$ 2.083.000 Pago de contado.

Cordialmente,  
  
RICARDO ALEXIX PEREZ  
Director Comercial

CALLE 19 N° 16-98 Teléfono 2818005 Bogotá Colombia

Anexo H Cotización Papelería



**Papelería "EL ASESOR"**

ORLANDO GARCIA RUEDA  
NIT: 13.813.513-3

CALLE 35 No. 12-70  
TELEFAX: 6429553

CALLE 48 No. 22 - 77  
TELEFAX: 6335680  
BUCARAMANGA

CALLE 55 No. 21 - 50  
TELEFAX: 6474761

CLIENTE: Carmen Sofía Ramos

DIRECCION: \_\_\_\_\_

DIA	MES	AÑO
31	05	2009

**COTIZACION**

Nº **0092**

CANT.	DETALLE	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
	Agenda directorio Address	7300=	
	bolillo 1x40 papeles	4000=	
	pluma carta	10.000=	
	caja lapicero kilométrico retráctil	11.000=	
	perforadora Rank 1040	8500=	
	correctora Rank 320	13500=	
	caja gancho correctora Rank entranizado	1800=	
	caja clips wing	600=	
	A2 norma	5200=	
	Post-it 40 Grams	5400=	

NOTA: Precios netos, sujetos a cambio después de 15 días

*[Signature]*  
PRIMA

	carpetas colapante	600=	
	caja gancho legajador triton	1400=	
	paquete sobre similar carta	10.000=	
	Sacapunches Rank	2800=	
	bolonero de factura mediano con copia	1200=	
	bolonero de factura membreado media carta x 50 unidades con una copia.		

NOTA: Precios netos, sujetos a cambio después de 15 días

*[Signature]*  
PRIMA

## Anexo I Cotización útiles de Aseo



CONTAMOS CON LOS MEJORES PRODUCTOS PARA EL ASEO

Bucaramanga, Noviembre 15 de 2009

Señora  
**MIRIAN JULIO QUINTANA**  
Ciudad

Nos permitimos someter a su consideración la siguiente la cotización:

Cantidad	Descripción	Vir. Unitario	Vir. Total
1	Balde para Agua	\$ 7.690	\$ 7.690
1	Escoba Fuller	\$ 8.350	\$ 8.350
1	Trapero - Fuller	\$ 6.060	\$ 6.060
1	Limpido - JGB 1.000 ml	\$ 4.500	\$ 4.500
1	Limpiador Faboluso 1.000 ml.	\$ 3.800	\$ 3.800
1	Jabón Polvo Dersa .1.000 grms	\$ 3.500	\$ 3.500
1	Jabón Liquido Manos Palmolive	\$ 6.050	\$ 6.050
1	ToAlla Familia Lavable 2 en Uno	\$ 6.690	\$ 6.690
1	Papel Higiénico Familia 4 Rollos	\$ 8.460	\$ 8.460
1	Recogedor de Basura	\$ 6.150	\$ 6.150
1	Paquete Bolsa Basura x 6 Unid.	\$ 1.700	\$ 1.700

FORMA DE PAGO: CONTADO

TIEMPO DE ENTREGA: INMEDIATA

Atentamente,

  
**DIANA CAROLINA MURILLO**  
Venta Mostreador

## Anexo J Cotización Materia Prima

**PLATICOS  
JAR MAR**

Rollos y Bolsas de Polipropileno de Alta y Baja Densidad

Carrera 14 N° 33 - 11 Tel. 6425755 - 6521476

Bucaramanga, Noviembre 28 de 2009

Señores  
MI REGUGIO LTDA.  
Atn. Sra. Carmen Sofia Ramos  
Ciudad

Atendiendo su solicitud, nos permitimos cotizar los siguientes productos:

- ❖ Bolsa Tipo Industrial 95 x 1.30 cms Paquete x 6 \$ 4.440.00  
Cierre Hermético
- ❖ Bolsa Tipo Industrial 65 x 90 cms. Caja x 50 unds. \$ 19.000.00  
Sin Cierre

Forma de Pago: Contado

Entrega: Inmediata.

Oferta valida por 15 días.

Atentamente,

  
LUIS EMILIO PEREZ

## Anexo K Cotización Equipo de Cómputo



**unicomputo**  
COTIZACION

Señores: CARMEN SOFIA RAMOS

MES	DIA	AÑO
11	28	2009

Ciudad:  BUCARAMANGA

DESCRIPCION	ESPECIFICACIONES OFRECIDAS
PROCESADOR	INTEL CELERON 1.8 GHZ
MEMORIA	1 GB DDR2 667 MHZ
DISCO DURO	160 GB 7200 RPM SATA
UNIDAD MULTIMEDIA	QUEMADORA DE DVD
CAJA	ATX FOXCOM
PARLANTES	120 W
TECLADO	MULTIMEDIA
MOUSE	OPTICO
TARJETA DE SONIDO	32 BITS
TARJETA DE VIDEO	64 MB COMPARTIDA
OTROS	ESTABILIZADOR 1000 W, CAMARA WEB, FORROS
MONITOR	LCD SAMSUNG 17" 732N
IMPRESORA	MULTIFUNCIONAL LEXMARK X2550

PRECIO EQUIPO.....\$1.200.000

GARANTIA DE DOCE MESES EN CPU, EN IMPRESORA Y TRES AÑOS EN MONITOR.

Atentamente,

**RONALD ENRIQUE GARAVITO MARTINEZ**

Centro Comercial Gratamira  
Carrera 33 No. 48-109  
Local 111 - Tel. 6472683  
unicomputo2003@hotmail.com

**Anexo L Cotización Materia Prima**

Carpintería Pedro Pablo Murcia

Calle 6 N° 11-60 Piedecuesta

Tel 6555512

**COTIZACION**

IN.

SEÑORES

Ciudad y fecha Piedecuesta Junio 03 2008  
 Solicitada por CARMEN SORTA RAMOS  
 Vendedor:  
 Forma de pago 50% AL PEDIDO SALDO EN LA ENTREGA  
 Condiciones:  
 Valida hasta 60 días FECHA DE ENTREGA

TENEMOS EL AGRADO DE COTIZARLE LO SIGUIENTE

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNIT	VALOR
1	Caja Madera Sin tallo 2 Manijas 50x30x40 cms	40,000	40,000
1	Caja Madera sin tallo 4 manijas Laterales 80x40x50 cms.	65,000	65,000
1	Caja Madera Lisa 4 manijas Laterales 1.20x50x60 cms,	115,000	115,000
1	Caja Cenizario 17x12x7 cms.	15,000	15,000
1	Caja Cenizario 14x9x7 cms.	10,000	10,000

OBSERVACIONES:

OPCIONAL; EL TAPIZADO DE CUALQUIERA DE LAS ANTERIORES

REFERENCIAS ADICIONAR \$ 40,000 c/u

*[Handwritten Signature]*  
 01-810 660 E99  
 FIRMA Y SELLO

## Anexo M Cotización Muebles y Enseres



MUEBLES PARA OFICINA, DIVISIONES OFICINA ABIERTA  
ARCHIVO RODANTE

BUCARAMANGA, OCTUBRE 28 DEL 2099

SEÑORA  
CARMEN SOFIA RAMOS  
CIUDAD

NOS PERMITIMOS SOMETER A SU CONSIDERACION LA SIGUIENTE COTIZACION:

CANT	DESCRIPCION	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
1	PUESTO DE TRABAJO EN ELE. SUPERFICIE ENCHAPADA EN FORMICA. INCLUYE MODULO 2X1 Y PORTATECLADO		\$ 732.759.00
1	SILLA GIRATORIA SIN BRAZOS, ESPALDAR Y ASIENTO TAPIZADO EN PAÑO. SISTEMA NEUMATICO PARA GRADUAR ALTURA. REF. STEFANY		193.103.00
2	SILLA FIJA DIANA SIN BRAZOS, ESPALDAR Y ASIENTO TAPIZADO EN PAÑO. ESTRUCTURA METALICA REF. 6006	94.828.00	189.656.00
1	ESCRITORIO GERENTE CON GAVETA Y CAJON ARCHIVO, EN MDF PINTADO EN TINTILLA. REF. 101MA MEDIDA : 1.60 x 0.70 x 0.73		504.000.00
1	SILLA GIRATORIA EJECUTIVA CON BRAZOS, ESPALDAR Y ASIENTO TAPIZADO EN PAÑO SISTEMA NEUMATICO PARA GRADUAR ALTURA REF. JULY		248.276.00
	SUBTOTAL		\$ 1.867.794.00
	MAS 16% IVA		298.847.00
	TOTAL		\$2.166.641.00

- FORMA DE PAGO : 50% A LA FECHA DE PEDIDO  
50% CONTRAENTREGA
- TIEMPO DE ENTREGA : DIEZ (10) DIAS HABLES A PARTIR DEL PEDIDO

ATENTAMENTE,

HERMINDA JURADO U.  
DPTO. COMERCIAL

## Anexo N Lista de Precios Funeravet

### Lista de precios 2010

SERVICIO	DETALLE	TAMAÑO	PESO	VALOR
BASICO	TRASLADO, CREMACION COLECTIVA, BAÚL RECORDATORIO, GUIA PARA EL DUELO, DIPLOMA.	Mini: Gatos, Conejos y Aves.	Menores de 9 Kg	\$ 110.000
		Pequeñas	Entre 10 y 19 Kg.	\$ 130.000
		Medianas	Entre 20 y 29 Kg.	\$ 150.000
		Grandes	Entre 30 y 39 Kg.	\$ 170.000
		Extra-Grandes	Entre 40 y 49 Kg.	\$ 200.000
		Gigantes	Entre 50 y 60 Kg.	\$ 220.000
LUJO	TRASLADO, DEVOLUCION DE LAS CENIZAS INDIVIDUALES EN COFRE, OBITUARIO EN EL CEMENTERIO VIRTUAL Y RECORDATORIO	Mini: Gatos, Conejos y Aves.	Menores de 9 Kg	\$ 450.000
		Pequeñas	Entre 10 y 19 Kg.	\$ 500.000
		Medianas	Entre 20 y 29 Kg.	\$ 550.000
		Grandes	Entre 30 y 39 Kg.	\$ 600.000
		Extra-Grandes	Entre 40 y 49 Kg.	\$ 650.000
CEMENTERIO	TRASLADO, CREMACION COLECTIVA, BAÚL RECORDATORIO, GUIA PARA EL DUELO, DIPLOMA.	Mini: Gatos, Conejos y Aves.	Menores de 9 Kg	\$ 350.000
		Pequeñas	Entre 10 y 19 Kg.	\$ 400.000
		Medianas	Entre 20 y 29 Kg.	\$ 450.000
		Grandes	Entre 30 y 39 Kg.	\$ 500.000
		Extra-Grandes	Entre 40 y 49 Kg.	\$ 550.000

Recibimos Tarjetas de Credito