



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA QUE OFRECE
SERVICIOS FUNERARIOS PARA MASCOTAS, PROVINCIA DE IMBABURA**

AUTOR: MARÍA BELÉN CASTRO JÁCOME

TUTOR: MSC. PATRICIO ROBERTO TADEO TADEO

IBARRA – ECUADOR

Junio, 2025

Ibarra, 04 de julio de 2025

Magister

Maricela Ormaza-

RESPONSABLE DE TITULACIÓN CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

De mi consideración:

Mediante el presente, tengo a bien certificar que el trabajo de integración curricular del/a estudiantes: María Belén Castro Jácome con el tema: Estudio de Factibilidad de una Empresa que ofrece servicios funerarios para mascotas, Provincia de Imbabura.

Una vez analizado por la herramienta de detección de coincidencias y prevención del plagio académico utilizada por la institución, TURNITIN, obtiene el 7% de coincidencia y menor al 20% de uso de IA. Por lo que se encuentra en el rango establecido de acuerdo a los criterios de valoración del porcentaje de similitud establecidos por la PUCE.

Captura:



FIRMA

MSC. PATRICIO ROBERTO TADEO TADEO

C.I. 100170904-5

FECHA: 04 DE JULIO DE 2025

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal examinador, aprueba el presente trabajo en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra:

(f):

Mgs. Patricio Roberto Tadeo Tadeo

C.C. 100170904-5

(f):

Msc. Sixto Raúl Manosalvas Sánchez

C.C.: 100262929-1

(f):

Ms. María José Dávila Pantoja

C.C.: 100287026-7

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, *María Belén Castro Jácome* declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones a título gratuito y oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 04 de julio del 2025

(f):

María Belén Castro Jácome

C.C.: 100343976-5

AUTORIA

Yo, *María Belén Castro Jácome*, portadora de la cedula de ciudadanía N° 100343976-5, declaro que el presente trabajo de investigación es de total responsabilidad de la autora, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

(f):

María Belén Castro Jácome

C.C.: 10033976-5

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Queridos Mamá y Papá

Gracias, mamá, por tu amor incondicional y tu constante apoyo, que han sido la luz que ha guiado cada uno de mis pasos. Tus sacrificios y enseñanzas me han moldeado y me han dado el coraje para enfrentar cada desafío. Eres mi inspiración y mi refugio en los momentos difíciles; este logro es tanto tuyo como mío.

A Santiago Hermosa, que con su cariño y respaldo ha sido un verdadero padre para mí. Santiago, tu presencia constante y tu apoyo inquebrantable han sido fundamentales en mi desarrollo personal y académico. Agradezco de corazón tu dedicación y el amor que has compartido conmigo; sin ti, este sueño no habría sido posible.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra por brindarme una educación de calidad y una experiencia universitaria enriquecedora.

Asimismo, deseo agradecer de manera especial al Mgs. Roberto Tadeo, docente y tutor de tesis, por su invaluable guía y apoyo. Su dedicación, conocimiento y paciencia han sido esenciales en este proceso. Agradezco su constante disposición para ayudarme y motivarme a dar lo mejor de mí.

María Belén Castro Jácome

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Contenido	
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL		iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS		iv
AUTORIA		v
DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS		vi
Índice de contenidos		vii
Índice de tablas		xi
Índice de Gráficas		xvii
Resumen		xix
Abstract.....		xx
INTRODUCCIÓN		xxi
OBJETIVOS DEL TRABAJO		xxii
OBJETIVO GENERAL		xxii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:		xxii
contenidos o cuerpo del texto		1
1. REVISIÓN LITERARIA		1
1.1 Técnica de estudio de factibilidad		1
Estudio de Factibilidad		1
Tipos de Estudio de Factibilidad		2
Adaptación del tipo de Estudio de Factibilidad al proyecto		3
El proyecto de factibilidad y la empresa		4
Las empresas dedicadas a las mascotas dentro del entorno académico		10
1.2 Técnica de estructura social o sensibilidad		11
El auge de la industria de las mascotas		11
La Factibilidad de los servicios funerarios para mascotas		13

1.3	Normativa legal pertinente.....	17
	Las mascotas en la legislación ecuatoriana	17
	Base jurídica de los servicios funerarios para mascotas.....	18
2.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
2.1	Tipo de investigación.....	25
2.2	Enfoque.....	25
2.3	Variables	26
	Elaborado por: Elaboración Propia.....	26
2.4	Indicadores.....	27
2.5	Población.....	27
2.6	Muestra	28
2.7	Tipo de muestreo.....	29
2.8	Técnicas	30
	Encuesta.....	30
	Entrevista	30
	Observación cualitativa	31
	La investigación documental	32
2.9	Instrumentos.....	32
2.10	Procedimiento de aplicación	34
3.	Análisis de datos de los instrumentos aplicados.....	36
3.1	Encuesta.....	36
	Análisis general de los datos	49

3.2	Entrevistas.....	51
3.3	Análisis PESTEL	53
3.4	Fuerzas de Porter.....	54
4.	planteamiento de la propuesta	57
4.1	Viabilidad Legal	57
4.1.1	<i>Marco jurídico general</i>	57
4.1.2	<i>Constitución jurídica de la empresa</i>	57
4.1.3	<i>Marco Jurídico ambiental</i>	59
4.2	Viabilidad administrativa	61
4.2.1	<i>Plan estratégico</i>	61
4.2.2	<i>Organigrama administrativo</i>	63
4.2.3	<i>Organigrama de toma de decisiones</i>	69
	Esquema de toma de decisiones	69
4.3	Viabilidad COMERCIAL.....	71
4.3.1	<i>Segmentación de mercado</i>	71
4.3.2	Plan de marketing.....	72
	Primera P: Producto o Servicio	72
	Segunda P: Precio.....	74
	Tercera P: Plaza	77
	Cuarta P: Promoción.....	79
	Quinta P: Personas.....	81
	Sexta P: Proceso	82
	Séptima P: Evidencia Física	82

4.4	VIABILIDAD técnica	84
4.4.1	<i>Mapa del flujo de trabajo de la empresa</i>	84
	Definición de conceptos del diagrama.....	84
	Diagrama del Flujo de Trabajo de la empresa.....	87
	Del personal:.....	88
	Para el manejo del desecho:.....	88
	De los equipos e insumos para el manejo de desechos:	89
4.4.2	<i>Recursos para el funcionamiento de la empresa</i>	89
	Recursos materiales	89
	Recursos humanos	102
4.5	VIABILIDAD operativa.....	103
4.5.1	Constitución jurídica de la empresa.....	103
4.5.2	Adquisición de terreno y construcción de edificio	103
4.5.3	Importación de maquinaria.....	104
4.5.4	Adquisición de vehículo, equipo, herramientas e insumos adicionales .	104
4.6	Viabilidad ambiental.....	105
4.6.1	Ubicación.....	105
4.6.2	Datos geográficos y poblacionales del proyecto	106
4.6.3	Categorización ambiental del proyecto	107
4.6.4	<i>Actividades del proyecto</i>	107
	Descripción del proyecto	107
	Estudio de Factibilidad Económico y Financiero.....	112
4.7.1	<i>Inversión Inicial</i>	112

4.7.2	<i>Población Objetivo</i>	113
4.7.3	<i>Costo de Producción</i>	115
4.7.4	<i>Egresos proyectados</i>	117
4.7.5	<i>Costo de Producción Unitario (CPU)</i>	117
4.7.6	<i>Precio de Venta al Público (PVP)</i>	118
4.7.7	<i>Ingresos proyectados</i>	119
4.7.8	<i>Estado de Resultados</i>	120
4.7.9	<i>Flujo de Caja</i>	121
4.7.10	<i>Indicadores de Rentabilidad</i>	123
5.	<i>Conclusiones y recomendaciones</i>	126
6.	BIBLIOGRAFÍA	128
	Anexo Nro. 1	137
	Anexo Nro. 2	140
	Anexo Nro. 3	147
	Anexo Nro. 4	150
	Anexo Nro. 5	153
	Anexo Nro. 6	156
	Anexo Nro. 7	160

Índice de tablas y figuras

TABLA 1	5
ESPECIES DE COMPAÑÍAS	5

TABLA 2	6
TIPOS DE EMPRESA POR SU DIMENSIÓN	6
TABLA 3	9
APLICACIÓN DEL REGLAMENTO AL SERVICIO FUNERARIO DE MASCOTAS	9
TABLA 4	11
GASTO EN MASCOTAS EN EU	11
TABLA 5	13
POBLACIÓN MUNDIAL DE MASCOTAS.....	13
TABLA 6	14
ESTADÍSTICAS DE LAS MASCOTAS EN ECUADOR.....	14
TABLA 7	20
USO DE SUELO EN CANTÓN IBARRA.....	20
TABLA 8	21
CLASIFICACIÓN DE ZONA INDUSTRIAL	21
TABLA 9	26
VARIABLES DE ACUERDO A OBJETIVOS	26
TABLA 10	29
NÚMERO DE MUESTRAS POR CANTÓN	29
TABLA 11:	36
PREGUNTA 1	36
TABLA 12:	37
PREGUNTA 2	37
TABLA 13:	37
PREGUNTA 3	37
TABLA 14	38

PREGUNTA 4.....	38
TABLA 15	38
PEGUNTA 5.....	38
TABLA 16	39
PREGUNTA 6.....	39
TABLA 17:	39
PREGUNTA 7.....	39
TABLA 18	40
PREGUNTA 8.....	40
TABLA 19	40
PREGUNTA 9.....	40
TABLA 20	40
PREGUNTA 10.....	40
TABLA 21	41
PREGUNTA 11.....	41
TABLA 22	42
PREGUNTA 12.....	42
TABLA 23	42
PREGUNTA 13.....	42
TABLA 24	43
PREGUNTA 14.....	43
TABLA 25:	43
PREGUNTA 15.....	43
TABLA 26	44
PREGUNTA 16.....	44

TABLA 27	44
PREGUNTA 17.....	44
TABLA 28	45
PREGUNTA 18.....	45
TABLA 29	45
PREGUNTA 19.....	45
TABLA 30	46
PREGUNTA 20.....	46
TABLA 31	46
PREGUNTA 21.....	46
TABLA 32	47
PREGUNTA 22.....	47
TABLA 33	47
PREGUNTA 23.....	47
TABLA 34	48
PREGUNTA 24.....	48
TABLA 35	48
PREGUNTA 25.....	48
TABLA 36	49
PREGUNTA 26.....	49
TABLA 37	53
ANÁLISIS PESTEL.....	53
TABLA 38	58
PROCESO DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA.....	58
FIGURA 5.....	64

ORGANIGRAMA EMPRESARIAL.....	64
TABLA 39	64
JUNTA DIRECTIVA	64
TABLA 40	65
GERENCIA.....	65
TABLA 41	66
GERENCIA DE OPERACIONES	66
TABLA 42	66
OPERARIO TÉCNICO	66
TABLA 43	67
ASISTENTE SANITARIO	67
TABLA 44	68
GERENCIA FINANCIERA	68
TABLA 45	68
MARKETING	68
FIGURA 6	69
ORGANIGRAMA DE TOMA DE DECISIONES	69
TABLA 46	75
PRECIOS DEL SERVICIO DE LA FUNERARIA DE MASCOTAS	75
TABLA 47	76
RANGO DE PRECIOS.....	76
TABLA 48	83
SUVENIRES DE LOS SERVICIOS	83
TABLA 49	84
CONCEPTOS DEL DIAGRAMA DE FLUJO.....	84

TABLA 50	96
INSUMOS DE SEGURIDAD PERSONAL	96
TABLA 51	98
HERRAMIENTAS	98
TABLA 52	105
UBICACIÓN DEL PROYECTO.....	105
TABLA 53	106
DATOS DEMOGRÁFICOS	106
TABLA 54	112
INVERSIÓN INICIAL	112
TABLA 55	114
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN QUE PREFIERE DETERMINADO SERVICIO FUNERARIO .	114
TABLA 56	115
NÚMERO DE CLIENTES AL MES.....	115
TABLA 57	116
COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	116
TABLA 58	117
EGRESOS PROYECTADOS ANUALMENTE.....	117
TABLA 59	118
COSTO POR PLANES MENSUALES POR MASCOTA.....	118
TABLA 60	118
PRECIO DE VALOR AL PÚBLICO	118
TABLA 61	119
PVP DE SERVICIOS INDIVIDUALES.....	119
TABLA 62	120

INGRESO MENSUAL	120
TABLA 63	120
INGRESOS ANUALES PROYECTADOS	120
TABLA 64	121
ESTADO DE RESULTADOS	121
TABLA 65	122
FLUJO DE CAJA	122
TABLA 66	124
INDICADORES DE RENTABILIDAD	124
TABLA 67	147
ENTREVISTA A TÉCNICO DEL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN AMBIENTAL DEL GAD DE IBARRA	147
TABLA 68	150
ENTREVISTA A TÉCNICO DEL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN AMBIENTAL DEL GAD DE IBARRA	150
TABLA 69	153
ENTREVISTA A TÉCNICO DEL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN AMBIENTAL DEL GAD DE IBARRA	153
TABLA 70	160
EQUIPAMIENTO DE CREMATORIO	160
TABLA 71	160
PROFORMA DE CREMATORIO	160

Índice de Figuras

FIGURA 1: TOTAL DE PEROS Y GATOS CON HOGAR Y SIN HOGAR	15
--	----

FIGURA 2: PORCENTAJE DE HOGARES CON PERROS	16
FIGURA 3: NÚMERO DE PERROS Y GATOS EN IMBABURA.....	17
FIGURA 4: USO DE SUELO EN IBARRA.....	22
FIGURA 5: ORGANIGRAMA EMPRESARIAL.....	64
FIGURA 6: ORGANIGRAMA DE TOMA DE DECISIONES	69
FIGURA 7: DIAGRAMA DE FLUJO DE LA EMPRESA.....	87
FIGURA 8: PLANO DE EDIFICIO Y TERRENO	91
FIGURA 9: VAHÍCULO DE LA EMPRESA.....	92
FIGURA 10: PLANO DE LA MÁQUINA CREMATORIO	94
FIGURA 11: TANQUE DE COMBUSTIBLE	96
FIGURA 12: MODELO DE ETIQUETA.....	99
FIGURA 13: FIGURAS DE IMPLEMENTOS SANITARIOS	101
FIGURA 14: SÍMBOLO DEL DIÉSEL	105

RESUMEN

El presente estudio se refiere, fundamentalmente, a la creación de una empresa que se dedique a la cremación y entierro de mascotas, además de brindar servicios funerarios adicionales como: transporte del cuerpo de la mascota fallecida, manejo del cuerpo de la mascota fallecida de modo adecuado y velación digna de sus restos, acompañados de suvenires conmemorativos. El objetivo de la misma es determinar la demanda, mediante un Estudio de Mercado con técnicas basadas en la Entrevista y le Encuesta y proyectar los ingresos de la empresa durante cinco años. Con el uso de los Estudios Técnicos y Operativos, se determinó los recursos materiales, humanos e intelectuales que se requieren para la concreción de dicha empresa. Con estos datos, se establecieron los Costos y Gastos de la funeraria para lograr la constitución y su operatividad en el mercado a través del tiempo. Pero, más allá de los informes económicos, técnicos operativos y financieros, se introduce en la normativa legal y ambiental que permite el funcionamiento de este tipo de establecimientos.

Descubiertas y cuantificadas las variables en los informes financieros, se contraponen el total de los Costos y Gastos del proyecto, junto con los Ingresos Proyectados y se determina la diferencia. Posteriormente, la diferencia es analizada de manera objetiva con indicadores financieros de rentabilidad comunes como son: la Tasa de Descuento, la Tasa Interna de Retorno y el Valor Actual Neto. Finalmente, con base en los resultados de los indicadores de rentabilidad, se determina si el proyecto es económica y financieramente factible.

PALABRAS CLAVE:

Cremación, Estudio de Mercado, Entrevista, Encuesta, Demanda, Oferta, Ingresos, Costos, Gastos, Rentabilidad, Tasa de Retorno, TIR, VAN.

ABSTRACT

This study is primarily concerned with the creation of a pet cremation and burial business, as well as providing additional funeral services such as: transportation of the body of the deceased pet, proper handling of the body of the deceased pet, and a dignified wake for the remains, accompanied by memorial souvenirs. The objective of the project is to determine demand by means of a market study - using interview and survey techniques - and to project the company's income over five years. With the use of the Technical and Operational Studies, the material, human and intellectual resources required for the realization of the enterprise were determined. With these data, the costs and expenses of the funeral parlour were established in order to achieve the constitution and its operation in the market over time. But, beyond the economic, technical, operational and financial reports, the legal and environmental regulations that allow the operation of this type of establishment were introduced.

Once the variables in the financial reports have been discovered and quantified, the total Costs and Expenses of the project are compared with the Projected Income and the difference is determined. Subsequently, the difference is analysed objectively with common financial profitability indicators such as Discount Rate, Internal Rate of Return and Net Present Value. Finally, based on the results of the profitability indicators, it is determined whether the project is economically and financially feasible.

KEYWORDS: Cremation, Market Study, Interview, Survey, Demand, Supply, Revenues, Costs, Expenses, Profitability, Rate of Return, IRR, NPV.

INTRODUCCIÓN

En la Provincia de Imbabura se ha identificado una carencia significativa de servicios especializados para el manejo respetuoso y adecuado de los restos de animales de compañía tras su fallecimiento. Actualmente, la provincia presenta una baja demanda de servicios funerarios para mascotas, lo que indica un mercado aun no desarrollado con potencial de crecimiento.

Por tanto, el presente estudio propone realizar un análisis de factibilidad para la implementación de servicios funerarios para mascotas en la Provincia de Imbabura. Este proyecto busca ofrecer un servicio local de cremación y cementerio que se alinea con la demanda y servicios que requieren los actuales tenedores de mascotas. Es fundamental que las tarifas se establezcan en función de la realidad económica del sector, garantizando en todo momento la calidad del servicio brindado.

Este proyecto busca equilibrar la cantidad demandada de servicios funerarios y cremación para mascotas y la cantidad ofertada, la cual es insuficiente en la provincia de Imbabura. Sin embargo, es preciso que, en este equilibrio del mercado, la empresa a crearse logre los beneficios esperados para su concreción.

La industria de las mascotas ha experimentado un crecimiento exponencial a nivel mundial, con proyecciones que indican que para el 2030 representará aproximadamente USD 500 mil millones (Euronews, 2024). En Latinoamérica, se espera que este mercado alcance los USD 170 mil millones para el 2029 (Lara, 2023).

Sin embargo, más allá del crecimiento significativo de la industria de las mascotas, también se prevé un fenómeno de la expansión: la diversificación de este mercado. En la actualidad, esta industria no se restringe a comida para animales; su expansión radica en que se han multiplicado centros que ofrecen distintos servicios

como: peluquería, guarderías, escuelas para mascotas, servicios de comida naturista no procesada industrialmente, etc. (Comercio y Justicia, 2016).

La expansión y diversificación del mercado de las mascotas también se ve reflejado en el Ecuador de mediados del 2024. Según datos de la consultora Kantar (Kantar Latinoamérica, 2024), los ecuatorianos, en promedio, gastamos USD 90 tan sólo en comida para mascotas al año; esto sin contar con otros rubros como servicios veterinarios, juguetes, vacunas, etc. (Redacción: El Oriente, 2023).

La tendencia de la industria de las mascotas ha logrado que su alcance se extienda más allá de los grandes centros urbanos. La llegada de las redes sociales, más aún después de la era pandémica, ha llenado los espacios informáticos a nivel global, llegando incluso a los lugares más apartados del planeta. Los animales de compañía se han convertido en parte de la familia y, como tal, el trato que se les proporciona hace necesario un rubro importante de la economía familiar.

Debido a esta razón, cada vez más empatizamos con las mascotas, más es el interés por humanizarlas, de alguna forma, y suministrarles los servicios que los humanos tenemos acceso, y uno de estos servicios son los servicios funerarios.

OBJETIVOS DEL TRABAJO

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la factibilidad económica de la implementación de servicios funerarios para mascotas en la provincia de Imbabura, evaluando su potencial para satisfacer la demanda local.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Realizar un Estudio de Mercado para el diagnóstico de la demanda potencial del servicio ofrecido;

- Determinar los requerimientos técnicos y legales necesarios para la operación de los servicios funerarios para mascotas en la Provincia de Imbabura;
- Elaborar un plan de servicios funerarios que se adapten a las preferencias del mercado local;
- Determinar la factibilidad financiera de la propuesta.

CONTENIDOS O CUERPO DEL TEXTO

1. REVISIÓN LITERARIA

1.1 Técnica de estudio de factibilidad

Estudio de Factibilidad

Para (Miranda, 2005, págs. 14, 15), el Estudio de Factibilidad es una obra inteligible en la que distintas asignaturas y una variedad de campos académicos, con distinto nivel de complejidad, determinan la potencialidad del proyecto para convertirse en realidad. Así mismo, presupone costos de realización y, sobre todo, tiempo. Por tanto, la factibilidad es la concreción de distintos estudios, asumiendo todos los recursos materiales e inmateriales, para determinación de la posibilidad de sus objetivos. En otras palabras, es la proyección del análisis para saber si el objetivo será posible en la realidad o no.

Por otro lado, como lo señalan (Luna & Chávez, 2001, pág. 11), el Estudio de Factibilidad determina: La viabilidad o no viabilidad de un proyecto, propuesta, emprendimiento o industria y las variables que presuponen mejorar su operatividad de hecho, sin dejar atrás el factor social y medioambiental.

Sumado a estas opiniones, (Leyva, Machado, & Cantero, 2013, pág. 25), desde un punto de vista del diseño de Estudios de Factibilidad de enfoque turístico, afirman que es un análisis de la técnica, la estrategia, además del fundamento económico, para aplicar dichos conocimientos en la realidad y viabilizar el proyecto, adaptándolo a las instituciones públicas y privadas con las que existe interacción comercial.

Rescatando todos los puntos de vista de diferentes autores con respecto al Estudio de Factibilidad, a modo de conclusión, se refiere al estudio de los posibles hechos y circunstancias que rodean al sujeto de estudio y la adaptabilidad del proyecto a estas variables, sin que se perjudique la rentabilidad esperada. Cabe señalar, adicionalmente, que factores como leyes y políticas pueden determinar si un proyecto es factible o no, así como el hecho de que siempre deberá estar adaptado a la modernidad eco sostenible.

Pero, más allá del simple concepto y definición del mismo, también incumbe analizar los diversos tipos de Estudio de Factibilidad.

Tipos de Estudio de Factibilidad

El Estudio de Factibilidad es un instrumento que se puede aplicar a diversas áreas de análisis, de acuerdo al punto de vista. Como lo afirma (Quiroa, 2024), las más comunes y conocidas son:

- Estudio de Factibilidad Técnica. - Es la capacidad de adquirir y poner en práctica la tecnología necesaria para que el proyecto sea viable en la realidad.
- Estudio de Factibilidad Operativa. - Es la capacidad de tener a disposición el personal y los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto.
- Estudio de Factibilidad Económica. - Es la capacidad de que la oferta del proyecto sea adquirida por la demanda.
- Estudio de Factibilidad Social, político y legal. - Es la capacidad de que el proyecto se adecue a las normativas sociales, y político-legal de una determinada zona geográfica o territorio.

Otros tipos de Estudio de Factibilidad, más adecuados a la contemporaneidad, son los siguientes, como lo menciona (Arias, 2020):

- Estudio de Factibilidad Financiera. - Es la capacidad de financiar el proyecto en las tres etapas del mismo: diseño, definición y ejecución.
- Estudio de Factibilidad Ambiental. - Es la capacidad para determinar el impacto que determinado proyecto tenga en el medioambiente, midiendo variables que puedan ser medidas de manera técnica y objetiva, de acuerdo a la legislación ambiental vigente.

Adaptación del tipo de Estudio de Factibilidad al proyecto

Como lo afirma (Quiroa, 2024, pág. 2), los principales Estudios de Factibilidad, indispensables en el estudio son: el técnico, el operativo, el económico y el legal. Estos determinan, indefectiblemente, que: 1, si la tecnología y metodología que se adquiere permite la realización del proyecto; 2, si existe la operatividad (recursos humanos, equipos, maquinaria y herramientas) para la realización del proyecto; 3, si existe la demanda para la oferta del proyecto; y, 4, si la legislación de la región o localidad permite la práctica del proyecto.

Sin embargo, más allá de los Estudios de Factibilidad tradicionales – también se hace necesario, por asunto del giro del negocio y sus necesidades y características – el Estudio de Factibilidad Ambiental se ha hecho necesario debido a las nueva normativa medioambiental que rige alrededor del mundo (Arias, 2020, pág. 34). Por tanto, en la nueva realidad y contemporaneidad legislativa del planeta, el Estudio de Factibilidad Ambiental se hace necesario e imprescindible, no sólo para cumplir con las normas, sino también como una forma que tenemos los seres humanos de promover el cuidado del ecosistema del planeta Tierra.

El proyecto de factibilidad y la empresa

El Estudio de Factibilidad es el estudio de la capacidad de una posible empresa para materializar sus funciones en la realidad económica actual. Pero, ¿qué es una empresa?

¿Qué es la empresa?

Para (Franklin, 2022, pág. 17), en su libro “Organización de Empresas”, cita una definición de Rodrigo Uría, manifestando que es el acto que realiza un profesional, el mismo que lo convierte en un organismo que es susceptible de intercambiar mercancías, sobre todo bienes y servicios en el mercado. De igual manera testimonia a Eduardo Bueno, quién afirma que la empresa es un compuesto de compendios o elementos sociales especializados y medibles – además de los recursos financieros – ubicados en múltiples entidades orgánicas o unidades de acción que se acoplan y componen, y se jerarquizan bajo un determinado entorno organizativo o jurídico.

En el Ecuador por otra parte, más allá de los criterios académicos, según la (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2017), en el artículo 1 de la Ley de Compañías, una empresa se la denomina como “compañía”, y menciona: “contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades”. Nótese que se refiere a “personas” y no aclara que estas sean naturales o jurídicas. Siendo así, la empresa o compañía es la unión de capitales para ejecutar operaciones en el mercado, en espera de rentabilidad.

Tipos de empresa

Siguiendo la legislación ecuatoriana, hay diferentes tipos de empresas, de acuerdo a las diversas perspectivas con las que se las conceptualice. Las más comunes son: por su naturaleza; por su especie; y, por la dimensión.

Por su naturaleza

De acuerdo a esta perspectiva, las compañías (o empresas) en el Ecuador pueden ser de naturaleza pública o privada. Para la Ley Orgánica de Empresas Públicas (LOEP) (Ministerio de Telecomunicaciones, 2009), según su artículo 4, dice que “las empresas públicas son entidades que pertenecen al Estado (...), personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión”.

Por otra parte, la empresa privada está definida por la Ley de Compañías (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2017) como una institución que no es parte de la estructura estatal, cuyos dueños son aportantes privados a los que se los considera los accionistas o propietarios.

Por su especie

De igual forma, para la Ley de Compañías (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2017), determina a las compañías según su especie, según el artículo 2; estas son:

Tabla 1

Especies de compañías

Especie	Definición
Compañía en Nombre Colectivo	Empresa constituida por dos o más personas, bajo una razón social. Su

	responsabilidad es solidaria, ilimitada y subsidiaria.
Compañía en Comandita Simple y dividida por acciones	Es una empresa que consta con socios con diferentes grados de responsabilidad.
Compañía de Responsabilidad Limitada	Es una empresa cuyos socios son responsables del capital en que hayan invertido en la empresa.
Compañía anónima	La característica principal de la compañía anónima es que sus acciones pueden ser comercializadas en el mercado de valores y sus inversores bien pueden ser anónimos.
Compañía de economía mixta	Es aquella cuyos aportes de capital están divididos entre los capitales privados y públicos.

Nota: (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2017)

Elaborado por: Elaboración propia.

Por su dimensión

La legislación ecuatoriana, en este apartado, se acoge a la definición del artículo 3 de la de la Decisión 702 de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) que organiza a las compañías por su dimensión. De esta forma, según este cuerpo legal, las empresas se clasifican de la siguiente manera (Comunidad Andina de Naciones, 2008):

Tabla 2

Tipos de empresa por su dimensión

Dimensión	Cantidad de colaboradores	Activos
Microempresa	1-9	Hasta 100.000,00
Pequeña empresa	10-49	100.001,00 – 750.000,00
Mediana empresa	50-199	750.001,00 – 3'999.000,00
Gran Empresa	+200	+4'000.000,00

Nota: (Comunidad Andina de Naciones, 2008).

Elaborado por: Elaboración propia.

La mayoría de las empresas en el Ecuador son de naturaleza privada, de especie de Responsabilidad Limitada y de dimensión micro empresarial. De hecho, en toda la región latina, 9 de cada 10 empresas son de esta categoría. Lamentablemente, también es admisible mencionar que más del 50% de las mismas se adentran en la categoría de informal. Este fenómeno se origina en el hecho de que no existe cultura de la formalidad, además de las múltiples complicaciones que existen para acceder a la formalidad. Por eso es que, las instituciones gubernamentales – a partir del 2020 – se han dispuesto a mejorar las condiciones y hacer eficiente los procesos para la concreción de la formalidad empresarial (La Hora, 2024).

El Ecuador no se ha quedado atrás en el ámbito del agilizar los trámites para la legalización de las empresas. Es que la institución a cargo del régimen empresarial – la Superintendencia de Compañías – ha creado una plataforma enteramente digital para la constitución de empresas, lo que ha aminorado los tiempos y trámites (Superintendencia de Compañías, 2025).

Empresas funerarias

Para el diccionario Panhispánico de la Real Academia Española de la Lengua (Diccionario Panhispánico de la Lengua Española, 2024), en su acepción general, lo define como el “servicio de inhumación y de cremación para los fallecidos y servicio funeral y de velación para sus familiares”.

La legislación ecuatoriana, a este respecto, en su Reglamento de Establecimiento de Servicios Funerarios y Manejo de Cadáveres, no define a los servicios funerarios, aunque propone un glosario de terminología. Este reglamento está basado en la

normativa del Informe de la Fiscalización de Gestión de Servicios Funerarios del Tribunal de Cuentas de la región de Cantabria, en España (Tribunal de Cuentas, 2006), a estos servicios los define como “aquellas que incluyen toda clase de servicios desde que se produce el fallecimiento de una persona hasta el momento de su inhumación o cremación”.

Actividades asociadas a los servicios funerarios

Para el mismo reglamento de Tribunal de Cuentas (Tribunal de Cuentas, 2006, pág. 6), los servicios funerarios incluyen tareas como:

- Gestiones administrativas civiles y eclesiásticas;
- Dotación de féretros, urnas, esquelas, etc.;
- Traslados del cuerpo difunto;
- Preparativo del cuerpo difunto.

A continuación se detallan las actividades llevadas a cabo en las empresas funerarias, según el propio (Tribunal de Cuentas, 2006, pág. 16):

1. Recogida del cadáver o traslado desde el lugar de defunción hasta las instalaciones de la funeraria o sitio de velatorio;
2. Suministro de urnas, arcas, hábitos o mortajas y su exposición en el domicilio mortuario incorporando los elementos de ornamentación (ornamentación floral, esquelas, recordatorios, etc.);
3. Traslado de la urna o féretro hacia el lugar final o intermedios;
4. Aplicación de cuidados al difunto. De ser necesaria, y a petición de los deudos, la preparación del cadáver o su adecuación cosmetológica, aplicando técnicas como la tanatopraxia y tanatoestética;

5. Preparación velatorio. Gestionar todas las actividades necesarias para el adecuado velatorio del difunto;
6. Realización de trámites civiles y religiosos necesarios en el caso de defunción;
7. Limpieza debida y obligada del vehículo funerario luego de cada prestación de servicio;
8. Gestión del almacenamiento de los bienes consumibles de la empresa funeraria.

Servicios funerarios para mascotas

Los servicios funerarios para los seres humanos tienen un conjunto de reglamentaciones y recomendaciones, según el Reglamento de Establecimientos de Servicios Funerarios y Manejo de Cadáveres (Control Sanitario, 2018, pág. 8). Sin embargo, más allá de que la reglamentación se refiere a cadáveres humanos (al no existir legislación para el manejo de cadáveres de mascotas en servicios funerarios), el mismo será aplicado para el manejo de cadáveres de mascotas en los servicios funerarios, como lo explica el mismo reglamento en la siguiente Tabla:

Tabla 3

Aplicación del reglamento al servicio funerario de mascotas

Artículo	Resumen de la norma aplicada a las mascotas
5	Creumar o inhumar el cadáver en un plazo máximo de 72 horas.
7	La cremación e inhumación debe realizarse de acuerdo a la normativa ambiental.
12	La Autoridad Sanitaria Nacional a fin de precautelar las normas de higiene, reglamenta el manejo de la cremación e inhumación.
15	Para preservar el cadáver se recomienda la congelación o refrigeración.
18	El transporte del cadáver debe realizarse con estos lineamientos: <ol style="list-style-type: none"> a. Vehículo para uso exclusivo para el transporte de cadáveres; b. Disponer de dos compartimientos separados entre conductor y el cadáver;

	c. El transporte de cadáveres será en vehículos diseñados para el efecto.
38	El cementerio debe ser aprobado por el Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA); esta emite el certificado ambiental correspondiente.
41	Los cementerios deben contabilizar la información de los siguientes datos: <ul style="list-style-type: none"> a. Identificación del fallecido; b. Autorización de la inhumación o cremación; c. Fecha y hora de la inhumación, cremación o exhumación; d. Lugar específico del depósito del cuerpo o las cenizas; y, e. Nombre de contacto del fenecido.

Nota: (Control Sanitario, 2018).

Elaborado por: Elaboración propia.

Las empresas dedicadas a las mascotas dentro del entorno académico

Según la Tesis presentada en el año 2015 con respecto al “Proyecto de implementación de un albergue para mascotas en la ciudad de Loja” – de autoría de Gabriela Zambrano Masache – los métodos de investigación que aplicó fueron: Inductivo, Deductivo y Descriptivo Analítico. Sus técnicas fueron: Encuesta; Investigación Documentada; Observación; y, Distribución Muestral, Análisis de Datos Estadísticos (Zambrano, 2015, pág. 42). Sus conclusiones determinaron que la ciudad de Loja necesita de albergues para mascotas sin hogar, con el criterio de que, en el futuro, sean adoptadas.

Para la Tesis realizada por María Andrea Basantes Bravo, cuyo título es “Estudio de Factibilidad para la creación de un centro de peluquería y aseo de mascotas a domicilio en la ciudad de Guayaquil”, sus técnicas de investigación fueron: Entrevista, Encuesta, Observación, Análisis de Datos, Distribución Muestral, Análisis de Datos Estadísticos (Basantes, 2014, pág. 75). Esta determinó la necesidad de satisfacer la

necesidad del mercado guayaquileño de centros de peluquería para mascota. Un proyecto más que fundamenta su existencia en el entorno de la economía ecuatoriana.

En cuanto a la presente investigación, la metodología y técnicas que se usaron fueron la Entrevista y luego la Encuesta: el objetivo es determinar la Demanda del Mercado de servicios funerarios para mascotas. El método de investigación se lo estimó mixto, considerando aspectos cuantitativos y cualitativos que fueron analizados de manera mixta: inductiva y deductivamente para obtener generalizaciones. Finalmente, el análisis de los resultados de la Distribución Muestral y los Datos Estadísticos determinaron la factibilidad de la demanda de servicios funerarios en la provincia de Imbabura, con la capacidad de rentabilizar todos los costos asociados a esta empresa.

1.2 Técnica de estructura social o sensibilidad

El auge de la industria de las mascotas

Para la revista especializada en estadísticas, “Statista” (Statista, 2025, pág. 2), sólo en Europa los ingresos provenientes de los “Servicios de Mascotas” fue el siguiente desde el 2017:

Tabla 4

Gasto en Mascotas en EU

Año	Gasto en EUR MMD	Aumento %
2017	16	
2018	18,5	15,63
2019	19,7	6,49
2020	21,2	7,61
2021	23,5	10,85
2022	24,5	4,26
2023	24,6	0,41
	Total	45,24

Nota: (Statista, 2025)

Elaborado por: Elaboración propia.

Tan sólo hasta el 2023, en Europa se incrementado un 45% los ingresos de las industrias que ofrecen servicios para mascotas desde el 2017.

Por su parte, en los Estados Unidos de América (USA), para el 2024, el mercado de los servicios para mascota era de 20,02 billones de dólares, según la revista especializada en estadística *Mordor Intelligence* (Mordor Intelligence, 2025).

Este auge mundial del mercado de las mascotas está despuntando desde el nuevo milenio, con la introducción de la especialización de la industria de la comida para mascotas. Sus necesidades nutricionales dieron paso a un régimen de marketing, a nivel mundial, que aprovechó la sensibilidad de los seres humanos por los animales de compañía o mascotas. Así es que nace la necesidad de cuidarlos y protegerlos de la mejor manera posible. Sumamos a esto el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, que favoreció a la industria publicitaria, apelaron a los sentidos y sentimientos humanos por los animales. De esta forma es como esta necesidad se convirtió en una verdadera industria multibillonaria que sigue creciendo, más aún después de la crisis pandémica de la COVID-19 (Veterinaria Digital, 2022).

En el Ecuador, por otra parte, el auge de la industria de las mascotas ocurre a partir de un hito importante: Pronaca (la más grande productora de alimentos del Ecuador) inició su producción de alimentos para mascotas. Desde entonces, los ecuatorianos cada vez más nos hemos visto abocados e incentivados a comprar comida especializada para mascotas, sean perros o gatos, reduciendo así las típicas “sobras” con las que se alimentaba a los animales domésticos en el pasado (La Hora, 2022). Desde entonces, más empresas se han dedicado a la industria alimenticia, incluso basándose en productos más artesanales. Incluso, luego de la pandemia, la industria facturó más de

140 millones de dólares en el 2023; se espera que esta cifra aumente hasta 170 millones para el 2029 (Lara, 2023, pág. 18).

Para los próximos años, la tendencia de este mercado es que cada vez sea más específico en sus productos y servicios. Se espera que, tanto servicios como escuelas para mascotas, servicios de hotelería y cuidado se popularicen, como también la comida artesanal y orgánica (Azcue, Pérez, Báez, & Cervantes, 2022, pág. 9).

Así mismo, en el campo académico, cada vez más los estudios de las instituciones tanto secundarias como universitarias se han visto tentados a la investigación del fenómeno del auge de la economía animalista. De hecho, se puede decir que el crecimiento de la economía de las mascotas es directamente proporcional a los estudios científicos al respecto.

La Factibilidad de los servicios funerarios para mascotas

¿Qué tipo de mascotas son las más comunes y apropiadas para los servicios funerarios?

Según la (Industry Statistics & Trend: Per Ownership, 2024), la estadística mundial de propietarios de mascotas es la siguiente, como lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 5

Población mundial de mascotas

Posición	Animal de compañía	Población mundial (millones)
1	Gato	564,5
2	Perro	256
3	Peces de agua dulce	<i>Desconocido</i>

4	Mamíferos pequeños	<i>Desconocido</i>
5	Aves	<i>Desconocido</i>
6	Reptiles y anfibios	<i>Desconocido</i>

Nota: (Industry Statistics & Trend: Per Ownership, 2024)

Elaborado por: Elaboración propia.

Tanto gatos como perros son la mayor parte de las mascotas a nivel mundial, aunque haya otro tipo de mascotas. Sin embargo – por las dimensiones, peso y masa corporal – los servicios funerarios para mascotas se adecúan más a los mamíferos tanto caninos como felinos.

En el Ecuador, existe una estadística en cuanto a las mascotas que no sigue precisamente la tendencia mundial. Como lo muestra la siguiente Tabla, son los perros los preferidos como mascotas:

Tabla 6

Estadísticas de las mascotas en Ecuador

Posición	Animal de compañía	Población Ecuador
1	Perro	5.211.037
2	Gato	2.390.232

Nota: (INEC, 2022).

Elaborado por: Elaboración propia.

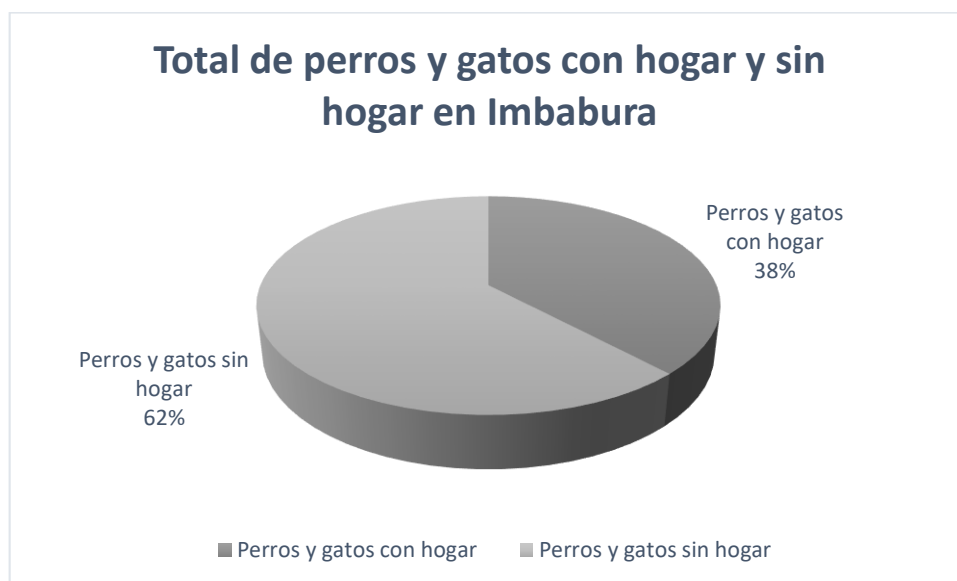
La estadística del Censo del 2022 promovida por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) contempló una encuesta para saber qué tipo de mascotas tenían en los hogares ecuatorianos, demostrando que cerca de 4,1 millones de hogares cuentan con una mascota que bien era perro o gato; la mayoría se inclinaba por los perros en la proporción establecida en la Tabla anterior (INEC, 2022). Por tanto, es de

establecer que los clientes de los servicios funerarios en el Ecuador, y en Imbabura, son: perros y, los gatos.

Centrándonos en la provincia de Imbabura, según el último censo del 2022, el número total de perros y gatos en la provincia de Imbabura es de 248.680. De estos, 61.396 están registrados en un hogar, es decir que sólo el 37,95% de los perros y gatos están dispuestos en un hogar ecuatoriano (Intituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022), como lo demuestra la Gráfica 1:

Figura 1

Total de perros y gatos con hogar y sin hogar



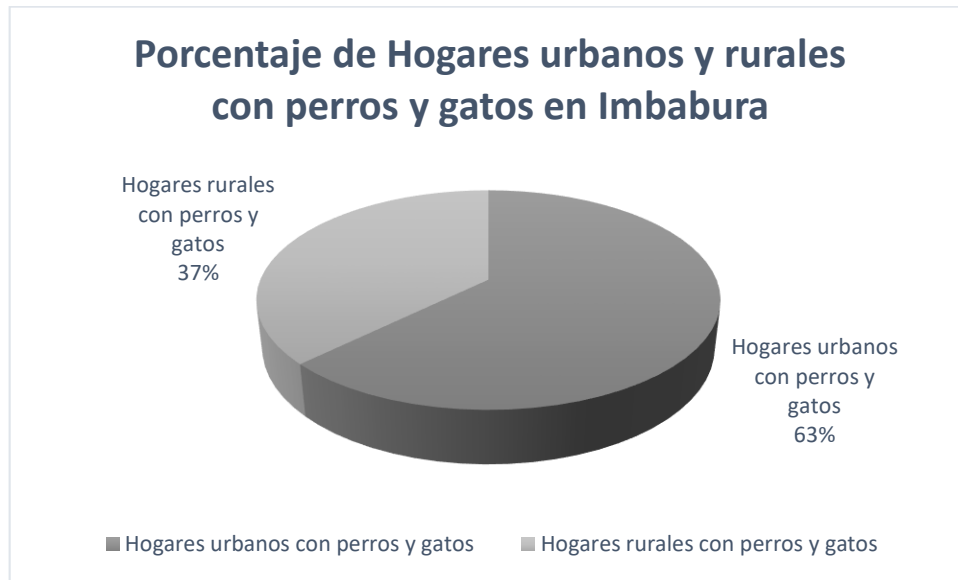
Nota: (Intituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022)

Elaborado por: Elaboración propia.

De la totalidad de perros y gatos con hogar – es decir 61.396 – el 62,77% viven en zonas urbanas; mientras que el 37,23% en zonas rurales, como lo demuestra la Gráfica 2:

Figura 2:

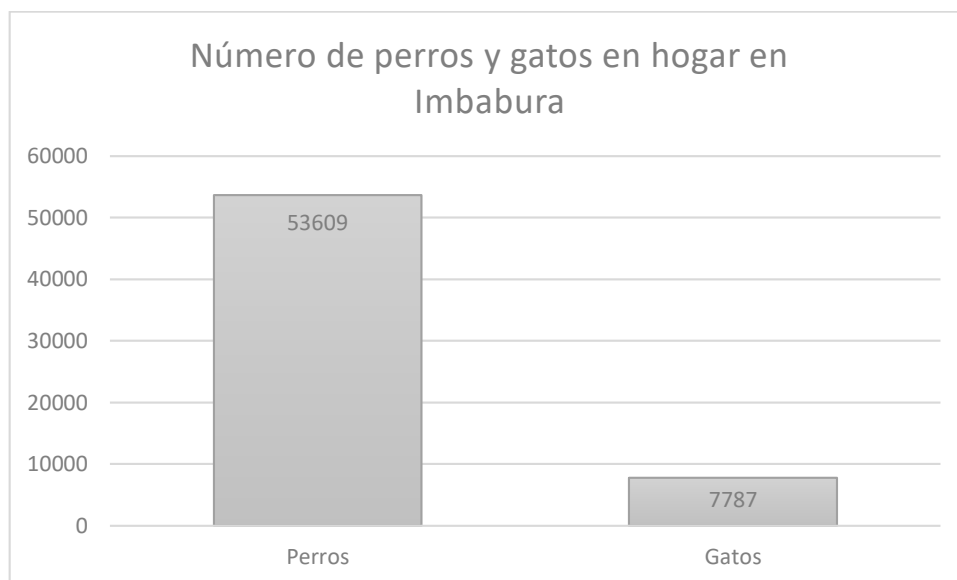
Porcentaje de hogares con perros



Nota: (Intituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022).

Elaborado por: Elaboración propia.

Hay que considerar también que el porcentaje de perros y gatos con hogar en la provincia de Imbabura: el 68,42% son perros, el 31,57% son gatos. En cifras, el total de perros con hogar se eleva a 42.007,14 y el de gatos es de 19.382,72 (Intituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022), como lo muestra la siguiente gráfica:

Figura 3:*Número de perros y gatos en Imbabura*

Nota: (Intituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022)

Elaboración: Elaboración propia.

1.3 Normativa legal pertinente

Las mascotas en la legislación ecuatoriana

Para el artículo 71 de la Constitución Política de la República del Ecuador, en su tercer párrafo, dice que se “promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema” (Constitución Política de la República del Ecuador, pág. 36). Sin embargo, este argumento es muy impreciso en cuanto al tema de los animales en el Ecuador. Por esta razón es que, la Corte Constitucional del Ecuador (Corte Constitucional del Ecuador, 2022) ha emitido fallos – como el No. 253-20-JH/22 del Caso “Mona Estrellita” – que en sus párrafo 181 declara, entre otros mandatos:

Los animales son sujetos de derechos protegidos bajo los derechos de la Naturaleza garantizados en el artículo 71 de la Constitución bajo la aplicación irrestricta de los principios de interespecie e interpretación ecológica (p. 2).

Así mismo, en el Código Integral Penal de la República del Ecuador señala, en sus artículos 414 las penas por matar a un animal doméstico sin necesidad y, en el artículo 517 la pena al bestialismo (Registro Oficial, 2021).

Finalmente, y más específicamente, podemos mencionar la Ordenanza Municipal 128 (Concejo del Distrito Metropolitano de Quito, 2024) creada por el Concejo del Distrito Metropolitano de Quito que regula la convivencia de los animales domésticos en entorno de la ciudad y las responsabilidades y obligaciones que tienen las personas como dueños. Esta ordenanza sirve como referencia para otros Gobiernos Autónomos Descentralizados en el territorio nacional del Ecuador.

Base jurídica de los servicios funerarios para mascotas

Más allá de las disposiciones para el manejo de cadáveres y servicios para humanos, no existe un reglamento para las mascotas en los mismos fines. Lo que sí existe es el Reglamento de Tenencia y Manejo Responsable de Perros (Acuerdo Ministerial 116, 2009, pág. 2) – no de “mascotas”, sólo en lo referente a los perros. Este reglamento, en su artículo 4 menciona que:

Todo establecimiento que brinde servicios de distinto tipo relacionados con perros, deberá contar y observar los permisos de funcionamiento concedidos por los Ministerios de Agricultura, a través de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (Agrocalidad) y de Salud Pública, otorgado por las Direcciones Provinciales de Salud y de las Municipalidades correspondientes, debiendo mantener el registro actualizado.

Las instituciones que reglamentan la prestación de servicios para perros (mascotas en general), está regentado por la Agencias Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (Agrocalidad), las Direcciones Provinciales de Salud y las Municipalidades.

En los que se refiere a la provincia de Imbabura, la dirección de Agrocalidad en Imbabura, la Dirección Provincial de Salud de la misma provincia y los distintos GAD's cantonales serían los órganos encargados de reglamentar los servicios funerarios para mascotas.

En el caso de la ciudad de Ibarra, el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) – el 6 de mayo del 2019, bajo la alcaldía del Ing. Alvaro Castillo, considerando el artículo 123 de la Constitución de la República del Ecuador que faculta a los GAD's al control de la Fauna Urbana – emitió la “Ordenanza que regula las condiciones de tenencia y manejo de la fauna urbana en el cantón Ibarra”. Bajo este cuerpo legado, en el artículo 5, dice que son Sujetos de Control todas las personas jurídicas y naturales que se dediquen al negocio de las mascotas; de igual forma, en su artículo 33, reza que todos los establecimientos dedicados al servicio de mascotas deberán estar registrados en la Dirección de Gestión Ambiental, previos requisitos demandados. Así mismo, en su artículo consecutivo menciona que el establecimiento es responsable de las molestias que puedan causar a la comunidad. Es pertinente acotar también, que esta ordenanza no tiene regulación específica en cuanto a los Crematorios y Cementerios para mascotas. De todas formas, la compatibilidad del Uso de Suelo, según la regla del cabildo, no permite la ubicación de crematorios o cementerios para mascotas en Zonas Urbanas.

Compatibilidad del uso de suelo con el Crematorio y Cementerio para mascotas en el cantón Ibarra

Según el Uso de Suelo del “Plan de Uso y Gestión de suelo del cantón San Miguel de Ibarra” (PUGS) (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE IBARRA, 2021), el uso del suelo se categoriza en: Uso principal, uso complementario, uso restringido y uso prohibido. De estos usos utilizados dentro del Polígono de Intervención Territorial, se clasifican en: residencial, industrial, comercial,

protección ecológica, recursos naturales, protección patrimonial, agrícola residencial, producción artesanal, derecho a la vía, equipamiento. La nomenclatura del uso de suelo es la siguiente, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 7

Uso de Suelo en cantón Ibarra

USO GENERAL	CÓDIGO
Residencial	R
Industrial	I
Equipamientos	E
Protección ecológica	PE
Riesgos naturales	RS
Áreas patrimoniales	H
Recursos naturales renovables	N
Recursos naturales no renovables	NNR
Agrícola residencial	AR
Comercios y servicios	C
Turístico	T
Producción artesanal	PA
Derecho de vía	DV-0
GLP GAS	GAS-0

Nota: (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE IBARRA, 2021)

Elaborado por: Elaboración propia.

En este contexto, se ha compatibilizado el uso del suelo con el crematorio y cementerio para mascotas y se lo ha ubicado en una zona industrial de bajo impacto, como lo sub clasifica el mismo acuerdo al mismo sistema normativo. Esta clasificación se adentra debido a las siguientes condiciones: generación de aguas residuales, residuos y emisiones, además del manejo de desechos orgánicos de origen animal (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE IBARRA, 2021); véase la siguiente tabla:

Tabla 8*Clasificación de zona industrial*

Uso	Simb.	Tipología	Usos
Industrial	I	Industrial bajo impacto	IBI
		Industrial mediano impacto	IMI
		Industrial alto impacto	IAI
		Industrial alto riesgo	IAR

Nota: (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE IBARRA, 2021)

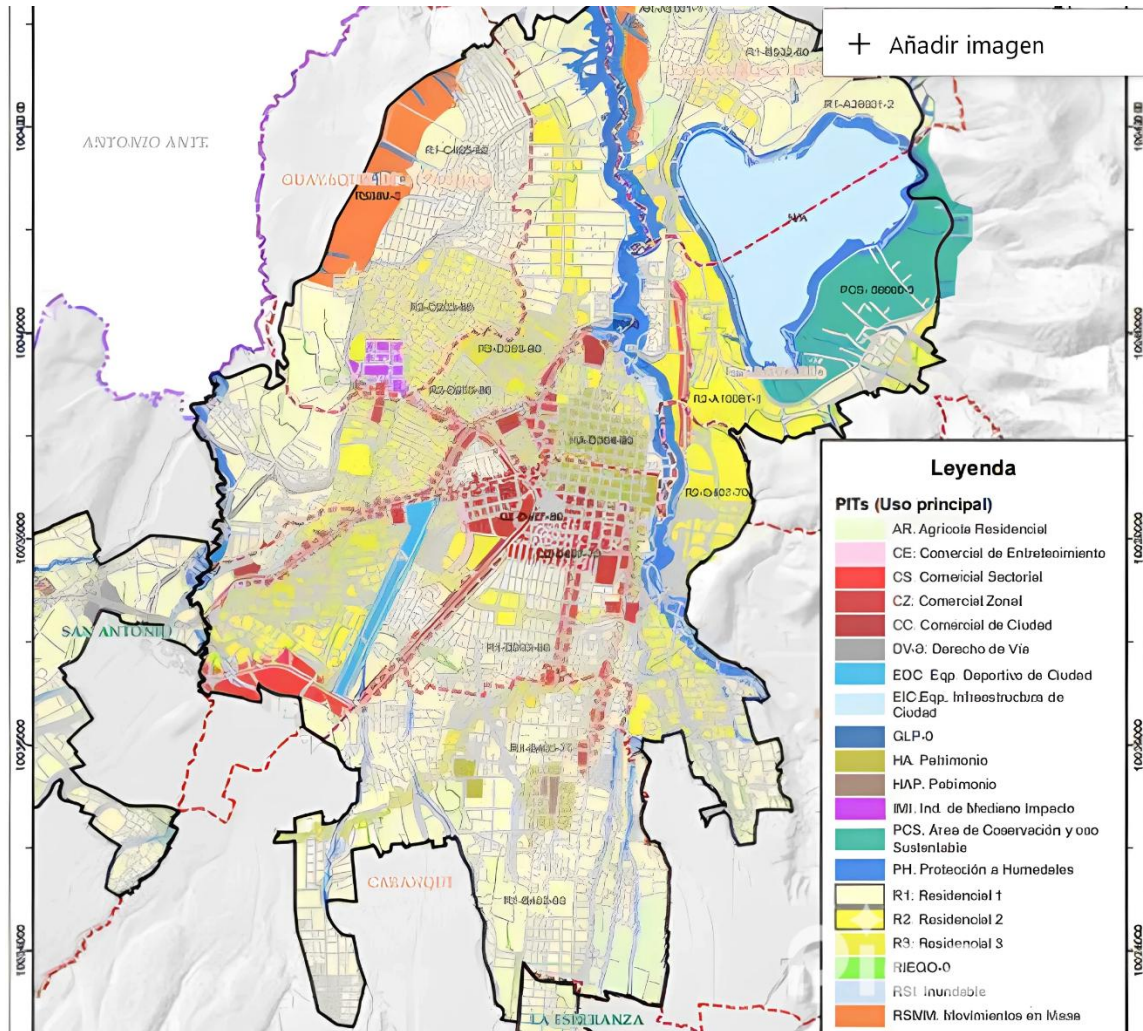
Elaborado por: Elaboración propia.

La clasificación de Industria de Bajo Impacto (IBI) es definida por el PUGS del GAD–I como operaciones industriales que pueden ser manejadas por acciones y técnicas simples, esenciales y básicas, cumpliendo así con los entornos del marco de las ordenanzas municipales (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE IBARRA, 2021).

Al ser compatible el uso de suelo con los usos industriales del suelo (IBI), la misma ordenanza plantea que su actividad no debe desarrollarse dentro del área urbana de la cabecera cantonal de Ibarra (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE IBARRA, 2021), como se muestra en el siguiente gráfico:

Figura 4:

Usos de Suelo Ibarra



Nota: (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE IBARRA, 2021).

Elaborado por: Equipo de Planificación y Uso de Suelo, GAD San Miguel de Ibarra.

Como se puede ver en la gráfica anterior, en morado se muestra la Zona Industrial Media (IMI) donde también es permisible el uso del suelo IBI para la creación de la empresa de crematorio y cementerio para mascotas. Más específicamente, la zona industrial se ubica entre las Av. Rodrigo Miño y Av. Fray Vacas Galindo.

Reglamentación de la tenencia de fauna urbana

Cabe añadir que el propio Reglamento y Tenencia Responsable de Perros (Acuerdo Ministerial 116, 2009), en los artículos 21 y 22, referentes a la eutanasia, sostiene que se le ofrecerá una muerte digna y sin dolor a la mascota y que quedan prohibidas las prácticas de sacrificio crueles para los animales; sin embargo, no menciona como se tratará o gestionará el cuerpo de la mascota fallecida.

De hecho, en la legislación ecuatoriana – a excepción de ordenanzas como la 128 del Distrito Metropolitano de Quito – no existen normas específicas y explícitas en cuanto al manejo de las mascotas fallecidas. Por eso es que, al cadáver de los animales domésticos, se los considera como “residuos” o “desechos” sanitarios peligrosos.

De esta toma, de acuerdo al “Listados Nacionales de Residuos y Desechos Peligrosos” (Ministerio de Medio Ambiente, 2012) que, en su Anexo B numeral 75, dice que son desechos peligrosos: “Cadáveres o partes anatómicas de animales enfermos o que ha sido expuestos a agentes infecciosos en laboratorios de investigación (B M.75.01 Y1/A4020)”. Por tanto, el cadáver de una mascota es considerado como Desecho peligroso.

Ahora, para la “Ordenanza Sustitutiva a la Ordenanza que regula la Gestión de los desechos sanitarios peligrosos en el cantón Ibarra” (GAD de San Miguel de Ibarra, 2021) los cadáveres de mascotas son considerados, de acuerdo a su artículo 11, como “Otros Desechos Peligrosos”. De esta forma, también emite las consideraciones de manejo de los mismos y reglamente su: generación almacenamiento, transporte, eliminación y disposición final. Para lo que nos corresponde, el mismo cuerpo legado muestra cómo es que se debe manipular un cadáver de mascotas o Desecho Peligroso, para lo que compete:

1. El desecho peligroso, o cadáver de mascota, debe ser almacenado en una funda roja de polietileno de alta densidad, con un espesor mínimo de 40 micrones, con un cierre tipo corbata;
2. El transporte y manipulación del cadáver de la mascota debe ser realizado por personal especializado que debe estar dotado de los implementos sanitarios adecuados como son: gorra, guantes de látex, mascarilla N75, mandil y botas aislantes;
3. La eliminación del desecho, o cadáver de la mascota, debe realizarse cumpliendo las debidas normativas ambientales, reguladas por la Dirección Ambiental del GAD de Ibarra;
4. La Disposición Final de los desechos debe estar reglamentada, bajo la licencia, dirección y regulación del Ministerio de Ambiente y la Dirección de Ambiente del GAD de Ibarra.

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente estudio se empleó una metodología mixta, combinando métodos cuantitativos y cualitativos para la obtención y análisis de datos. Esta aproximación permitió una comprensión más completa y profunda del tema de estudio.

2.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se realizó dependió del enfoque con el que se ejecutó la investigación. De esta forma, según el objeto de estudio, se realizó una Investigación Básica porque lo que se deseó es adquirir los conocimientos necesarios del objeto de estudio (Equipo Editorial Etecé , 2024).

La investigación desde el punto de vista de la metodología, se optó por una Investigación Aplicada. El motivo fue porque se debió comprobar la viabilidad o no del proyecto en la circunstancia económica, política y social en que se pretendió implantar. Según el análisis de la información, la investigación fue tanto cuantitativa como cualitativa. Desde el lado de las fuentes de información, fue una Investigación de Campo porque se indagó en el análisis de los datos de primera fuente. Para el área de estudio, la investigación fue de tipo Científico-Social porque sus objetivos fueron medibles dentro del entorno social (Equipo Editorial Etecé , 2024).

2.2 Enfoque

El enfoque de la investigación del presente estudio fue tanto cualitativo como cuantitativo, configurando una Investigación Mixta (López Roldán & Fachelli, 2017, pág. 56). Esto se lo hizo porque se recabaron datos medibles como datos por medio del conocimiento subjetivo de las personas.

2.3 Variables

El indicador es una peculiaridad que tiene dos características: es observable y medible. Se lo usa para analizar y verificar los cambios que se dan en la acción específica de cada indicador, con el propósito de alcanzar un objetivo (ONU Mujeres, 2010).

Tabla 9

Variables de acuerdo a objetivos

Objetivo	Variables
Determinar la factibilidad económica de la implementación de servicios funerarios para mascotas en la provincia de Imbabura, evaluando su potencial para satisfacer la demanda local.	Cantidad de demanda de crematorio y servicios funerarios para mascotas en la provincia de Imbabura. Cantidad de oferta de crematorio y servicios funerarios para mascotas en la provincia de Imbabura
Realizar un Estudio de Mercado para el diagnóstico de la demanda potencial del servicio ofrecido	Cantidad de potenciales clientes
Determinar los requerimientos técnicos y legales necesarios para la operación de los servicios funerarios para mascotas en la Provincia de Imbabura	Cuáles y cuántas son los requerimientos legales para implantar una empresa de crematorio y servicios funerarios para mascotas.
Elaborar un plan de servicios funerarios que se adapten a las preferencias del mercado local	Definición de los servicios de crematorio y funeraria para mascotas.
Determinar la factibilidad financiera de la propuesta	Gastos, costos e ingresos de la empresa.

Elaborado por: Elaboración Propia.

Los indicadores, en la presente investigación, fueron de tipo cuantitativo y cualitativo. Los cuantitativos se centraron en medir la demanda de servicios funerarios en la población de la provincia de Imbabura y si cabe la necesidad de implantar esta empresa, además de la oferta de los mismos para verificar la competencia. Los indicadores cualitativos se centraron en la evaluación de las necesidades de los servicios dedicados a mascotas para cuantificar a cada uno de ellos, sobre todos en al ámbito de los servicios funerarios.

2.4 Indicadores

Para evaluar la factibilidad del proyecto, se analizaron dos variables principales: la cantidad demanda de servicios funerarios y la cantidad de la oferta de servicios. De igual manera, fue competencia medir la posible cantidad potencial de clientes y definir los servicios de la empresa. A partir de estos datos se calculó los posibles gastos e ingresos futuros. En cuanto a los requerimientos legales de la empresa, se realizó las entrevistas necesarias para encontrar los parámetros necesarios que permitan el establecimiento jurídico de la funeraria y crematorio de mascotas.

Por otro lado, para analizar la oferta de servicios, se examinaron varios factores económicos y de mercado. Se analizaron el Precio de Venta del servicio, así como los Precios de Bienes Sustitutivos y Complementarios para entender la posición competitiva del servicio. Se consideró el Nivel de Ingreso Económico de las familias con mascotas para evaluar su capacidad de pago. Los gustos y preferencias de las familias en relación con el cuidado de mascotas fueron estudiados para adaptar la oferta a las necesidades del mercado. Finalmente, se tuvieron en cuenta factores como la escasez, que pudo afectar la disponibilidad de servicios similares, y la inflación, que pudo también impactar en los costos y precios del servicio en la Provincia de Imbabura (Real, 2024, pág. 89).

2.5 Población

Con relación al censo llevado a cabo el año 2022 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2022), la población de la provincia de Imbabura es de 469.879 personas. Sin embargo, no todo el poblado es el que se pretendió investigar; se debió determinar, más bien, el objetivo concreto del poblado que es la Población Económicamente Activa (PEA). Ahora, del total de la población de Imbabura, se estima

que el tan sólo 63,8% (Ortiz, 2024) corresponde al PEA. Siendo así, la población objetiva se redujo a: 299.783 personas.

2.6 Muestra

Para el cálculo de la muestra, se considera la PEA de la Provincia de Imbabura, mediante la aplicación de un muestreo no probabilístico simple. De esta forma se aplicó la fórmula perfilada para poblaciones finitas, como se destaca a continuación:

$$N = \frac{Z^2 + \sigma^2 + N}{e^2 + (N + 1) + Z^2\sigma^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

σ = Desviación estándar, donde se considera una constante de 0,10, apropiada para este tipo de muestras.

Z= Valor de confianza, es un valor constante donde se considera el 90%, considerando una muestra confiable.

e= Límite aceptable de error, en este apartado se considera el 5%, siendo un valor alto usado en los estudios (López Roldán & Fachelli, 2017)

$$299.783 (0,10)^2 (0,90)^2$$

$$n = \frac{299.783 (0,10)^2 (0,90)^2}{(0,05)^2 + (299.783 - 1)(0,05)^2 + (0,10)^2(0,90)^2}$$

$$n = 273$$

Con la aplicación de la ecuación, se determinó una muestra de 273 personas, a las que se realizaron las respectivas encuestas.

De esta muestra total para la provincia de Imbabura, se desglosó la cantidad de muestras que se necesitan por cada cantón, según la Población Económicamente Activa (PEA) de cada cantón de la provincia. Hay que acotar que la Población Total de la provincia de Imbabura es de 469.879, con un 76,37% de PEA, es decir: 358.838. De esta forma, la muestra se segmentó de la siguiente forma, como se muestra en la tabla 4:

Tabla 10

Número de muestras por cantón

Número de muestras por cada cantón de acuerdo a PEA en Imbabura			
	PEA por cantón	PEA %	Cantidad
Ibarra	168.871	47,06	129
Otavalo	85.793	23,91	65
Antonio Ante	41.154	11,47	31
Cotacachi	39.132	10,91	30
Urcuquí	13.557	3,78	10
Pimampiro	10.331	2,88	8
TOTAL	358.838	100	273

Nota: (Intituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022).

Elaborado por: Elaboración propia.

De acuerdo al parámetro de la PEA, en números naturales, las muestras que se deben obtener por cada cantón son: 128 por el cantón Ibarra; 65 por el cantón Otavalo; 31 por el cantón Antonio Ante; 30 por el cantón Cotacachi; 10 por Urcuquí; y, 8, por el cantón Pimampiro.

2.7 Tipo de muestreo

Los tipos de muestreo pueden ser de dos tipos: los probabilísticos y no probabilísticos. Los primeros son aquellos que se le brinda a la población muestra la misma oportunidad de ser seleccionados. Los segundos, tienen una segregación de acuerdo a su calidad, cantidad, posición, lugar, etc. (Muguira, 2024).

Para la presente investigación, se usó una investigación probabilística porque se seleccionó a un grupo etario de personas que pertenezcan a la Población Económicamente Activa (PEA) – que en la provincia imbabureña son 358.838, es decir el 76,37% de la población total – los que disponen en sus hogares de la compañía de una mascota. Se analizó, adicionalmente otro parámetro sobre cuánto estas personas estarían dispuestas a costear el mantenimiento de su animal doméstico.

2.8 Técnicas

Encuesta

El método utilizado fue la encuesta con muestreo probabilístico y estratificada. Para determinar cuantitativamente la demanda de servicios funerarios para mascotas, se diseñó un cuestionario digital utilizando Google Forms. Este se aplicó a una muestra representativa de la población objetivo en la Provincia de Imbabura. A través de este proceso, se determinó cuántas personas estarían dispuestas a pagar por servicios funerarios para sus mascotas, cuánto están dispuestas a aportar y sus preferencias en cuanto al tipo de servicio, estableciendo un paquete de opciones. Los datos obtenidos permitieron evaluar la disposición de la población objetivo hacia el mercado de servicios funerarios para mascotas (Hernández, Fernández, & De la Luz, 1991).

Entrevista

Se empleó la técnica de entrevista semiestructurada para recopilar información especializada. Se realizaron entrevistas a profesionales en el área de la veterinaria en el ámbito privado, así como a los encargados de servicios para mascotas en el ámbito público; estas últimas se centraron especialmente en identificar los sitios adecuados donde, catastralmente, se podría llevar a cabo el emprendimiento (Hernández, Fernández, & De la Luz, 1991).

Las entrevistas a las veterinarias permitieron obtener datos cualitativos y detallados de expertos en el contexto de servicios funerarios para mascotas. Los entrevistados fueron Karen Proaño – gerente del Crematorio La Esperanza – y el Dr. Pedro Guama, gerente de la Veterinaria Wasi Pet. Así es como, en la indagación, se obtuvieron los siguientes hechos:

- Demanda actual de servicios funerarios para mascotas;
- Manejo actual de mascotas fallecidas, dentro del establecimiento veterinario;
- Opinión personal sobre la factibilidad de la implementación en un crematorio de mascotas en la Provincia de Imbabura.

Por otra parte, en el ámbito público, la entrevista semiestructurada se dirigió al técnico de Fauna Urbana – perteneciente al Departamento de Gestión Ambiental del GAD del cantón Ibarra – José Cantos; esta tuvo como objeto conocer sobre la normativa legal en cuanto al funcionamiento de establecimientos como las funerarias para mascotas dentro de la ciudad, con base en los siguientes parámetros:

- Situación legal y condiciones de uso de suelo del posible centro funerario y crematorio para mascotas;
- Directrices ambientales que deben tener este tipo de establecimientos;
- Normativa y procedimiento para la obtención del permiso de la municipalidad.

Observación cualitativa

Se utilizó el método de observación directa no participante. Habiendo determinado los elementos que impactan el mercado de las mascotas en la Provincia de Imbabura, se realizó una investigación de los lugares y sitios potenciales para posicionar el emprendimiento. Esta observación consideró aspectos comerciales, urbanísticos y de adecuación a los intereses de los clientes potenciales, proporcionando una visión

práctica y contextualizada del entorno del negocio (Hernández, Fernández, & De la Luz, 1991).

La investigación documental

La investigación documental fue importante para la investigación que se realizó; se obtuvieron datos históricos, documentos, estadísticas y casos de estudios similares que son relevantes para el mercado de servicios funerarios para mascotas.

Fue necesaria una matriz de análisis de casos de éxito en otras ciudades (Quito, Guayaquil), además se creó una ficha de recolección de datos sobre la población de mascotas y una lista de verificación de normativas y regulaciones aplicables.

2.9 Instrumentos

En la presente investigación se utilizaron 4 instrumentos para la investigación: 1, entrevista; 2, encuesta; 3, observación cualitativa; y, 4, investigación documental.

Entrevista

La entrevista tuvo como objetivo recopilar la información en cuanto al tema del manejo técnico, ambiental, operativo y legal del manejo de las mascotas fallecidas y su posterior enterramiento o cremación. Con este fin, se ha dividido las preguntas – de naturaleza abierta – en cinco puntos fundamentales:

1. Preguntas personales;
2. Introductorias;
3. Sobre el procedimiento del manejo de mascotas fallecidas;
4. Sobre la viabilidad y necesidad del servicio de funeraria de mascotas; y,
5. Sobre la demanda y oferta de los servicios funerarios para mascota en el mercado de la provincia de Imbabura.

La totalidad del cuerpo de las preguntas se puede ver en el [Anexo Nro. 1](#). Estas preguntas fueron revisadas para mejorar la estructura lógica de las ideas, así como la sintaxis de las preguntas. De esta forma es como se accedió a forjar un cuestionario claro y fácil de entender a los entrevistados. Finalmente se incorporaron preguntas abiertas que lograron una mayor comprensión del asunto investigativo. Con las respuestas obtenidas se recopiló la información necesaria para estructurar de mejor manera el formulario de las Encuestas, además de obtener las afirmaciones necesarias para satisfacer las necesidades de los objetivos específicos de la presente investigación.

Encuesta

La encuesta tuvo como objetivo recopilar la información en cuanto a la demanda y oferta de servicios funerarios para mascotas. Con este fin, se dividió las preguntas – de naturaleza semiabierta – en cinco puntos fundamentales:

1. Perfil del encuestado;
2. Tendencias y cuidado de las mascotas;
3. Experiencia con mascotas fallecidas;
4. Opinión de servicios funerarios;
5. Servicios que le interesarían; y,
6. Opción al servicio.

La totalidad del cuerpo de las preguntas se puede ver en el [Anexo Nro. 2](#). Estas preguntas se sometieron a la primera prueba piloto en la aplicación Google Forms, (de la empresa Google Inc.) con la que se permitió optimizar y mejorar la estructura lógica de las ideas, así como la sintaxis de las preguntas: se evitaron errores lógicos y disyuntivas redundantes. De esta forma es como se accedió a forjar un cuestionario claro y fácil de entender a los encuestados. Finalmente se incorporaron unas cuantas

preguntas abiertas que lograron una mayor comprensión del asunto investigativo, habilitando la comprensión total del entorno que se quiere investigar. Con las respuestas obtenidas se recopiló la información necesaria para determinar la cantidad demandada y la ofertada, antes de ser procesada de manera científica mediante el análisis estadístico.

Observación cualitativa e Investigación documental

La observación cualitativa, por su parte, ayudó a conocer la estructura y modelo de negocios de la competencia. La estrategia que se utilizó fue la recopilación de un archivo fotográfico estructurado con el que se archivó información visual de la investigación.

La investigación documental permitió, de su lado, definir los servicios más apreciados por los clientes, tomando en cuenta la experiencia obtenida en otros rincones geográficos nacionales e internacionales. En conjunto, se potenció la concreción del modelo de negocios de la empresa y la descripción de sus servicios para la región que compete.

2.10 Procedimiento de aplicación

Las entrevistas se realizaron a personas con experticia en el campo relacionado al estudio de la presente investigación. En este caso, se realizó a profesionales en el ámbito de las mascotas domésticas, además de los relacionados a permisos municipales y ambientales que necesite el proyecto para ser realizado.

Las encuestas se las realizó de modo técnico, respetando la situación geográfica de la muestra. Se abarcó toda el área de estudio y se obtuvieron las respuestas pertinentes. Haciendo uso de una Tabla de Frecuencias, con los datos recogidos agrupados en rangos, se determinó las frecuencias relativas y absolutas, acumuladas y no acumuladas. Con los datos teóricos obtenidos de la recolección de datos reales, se

procedió al análisis de los datos para determinar la factibilidad de la demanda de los servicios funerarios en la provincia de Imbabura.

La observación cualitativa nos permitió realizar investigación física del área de trabajo de las empresas competidoras y complementarias del proyecto: sus técnicas y metodología de operaciones. Así mismo, se conoció las estrategias de manejo de clientes de empresas accesorias como lo son veterinarias y de servicios de mascotas en general.

La investigación documental nos permitió conocer las estrategias y técnicas aplicadas por empresas similares al presenta proyecto, pero en otras situaciones geográficas, dentro y fuera del país; dentro y fuera de la región latinoamericana. De igual manera, se investigó sobre las técnicas para determinar la factibilidad financiera del proyecto.

3. ANÁLISIS DE DATOS DE LOS INSTRUMENTOS APLICADOS

3.1 Encuesta

1. ¿En cuál de los siguientes cantones reside actualmente?

Los resultados reflejan que la mayoría de los encuestados residen en la ciudad de Ibarra, con un 47.3% del total. En segundo lugar, se encuentra Otavalo con un 23.8%, seguido de Antonio Ante con un 11.4% y Cotacachi con un 11%. Los cantones con menor participación en la muestra son Urcuquí, con un 3.7%, y Pimampiro, con un 2.9%.

Tabla 11:

Pregunta 1

	X	f	F	%
<i>Ibarra</i>	65,00	129,00	129,00	47,25
<i>Otavalo</i>	33,00	65,00	194,00	23,81
<i>Antonio Ante</i>	15,50	30,00	224,00	10,99
<i>Cotacachi</i>	16,00	31,00	255,00	11,36
<i>Urcuquí</i>	5,50	10,00	265,00	3,66
<i>Pimampiro</i>	4,50	8,00	273,00	2,93
Σ	139,50	273,00	1.340,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

2. ¿Cuál es su edad?

Las personas entre 18 y 25 años representan al mayor porcentaje de encuestados, con un 33,3 %. En segundo lugar, están quienes tienen entre 26 y 35 años con un 20,88%, seguido por el grupo de 36 y 45 años con un 21,98%. Posteriormente siguen los de entre 46 y 55 con un 11,72%. Finalmente, los grupos de edad mayores a 45 años representan en conjunto un 23,8 %. La mayoría de los participantes corresponden a personas jóvenes y adultos en edad productiva.

Tabla 12:*Pregunta 2*

	X	f	F	%
<i>De 18 a 25 años</i>	46	91	91	33,33
<i>De 26 a 35 años</i>	29	57	148	20,88
<i>De 36 a 45 años</i>	30,5	60	208	21,98
<i>De 46 a 55 años</i>	16,5	32	240	11,72
<i>Más de 55 años</i>	17	33	273	12,09
Σ	139	273	960	100

Elaborado por: Elaboración propia.

3. ¿Cuál es su género?

En los resultados de la encuesta, el 53,1% de las respuestas correspondieron a mujeres; mientras que el 42,9% fueron de hombres. Un 4% prefirió no responder a la pregunta. Las respuestas indican una mayor participación femenina a la de los hombres por más de un 10%.

Tabla 13:*Pregunta 3*

	X	f	F	%
<i>Hombre</i>	59,00	117,00	117,00	42,86
<i>Mujer</i>	73,00	145,00	262,00	53,11
<i>Prefiere no responder</i>	6,00	11,00	273,00	4,03
Σ	138,00	273,00	652,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

4. ¿Cuáles son sus ingresos promedio?

El 23,8 % de los encuestados indicó tener ingresos mensuales menores a 200 dólares. Un 21,6 % reportó ingresos entre 400 y 600 dólares, seguido por un 19,8 % que percibe entre 200 y 400 dólares. El 13,9 % manifestó tener ingresos superiores a 1.000 dólares, el 13,3 % entre 800 y 1.000 dólares, y el 10,6 % entre 600 y 800 dólares. El ingreso promedio calculado es de 427,66 dólares.

Tabla 14

Pregunta 4

	X	f	F	%
<i>Menos de 200</i>	100,50	65,00	65,00	23,81
<i>Entre 200-400</i>	300,00	54,00	119,00	19,78
<i>Entre 401-600</i>	500,00	59,00	178,00	21,61
<i>Entre 601-800</i>	700,00	29,00	207,00	10,62
<i>Entre 801-1000</i>	900,00	28,00	235,00	10,26
<i>Más de 1000</i>	500,50	38,00	273,00	13,92
Σ	3.001,00	273,00	1.077,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

5. ¿Tiene mascotas actualmente?

La pregunta número 5 fue condicional: si la respuesta era afirmativa a la tenencia de mascotas, la encuesta proseguía; si la respuesta era negativa, la encuesta terminaba. De esta forma, el 79,85% de los encuestados respondió que sí, mientras que el 21,15% respondió que no. A partir de esta pregunta, la muestra se reduce a 218 encuestados. Cabe añadir que, si bien la muestra se reduce, la población de la misma también. Sin embargo, la muestra se hace representativa de la población de mascotas con hogar que, según el censo del 2022, es de 61.396; por tanto, la muestra restante de 218 se representa la población total de mascotas con hogar en la provincia.

Tabla 15

Pregunta 5

	X	f	F	%
<i>Sí</i>	109,50	218,00	218,00	79,85
<i>No</i>	28,00	55,00	273,00	20,15
Σ	137,50	273,00	491,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

6. ¿Qué tipo de mascota(s) tiene actualmente?

En cuanto al tipo de mascotas que tienen actualmente los encuestados, el 55% son dueños de perros; el 19,3%, de gatos; el 23,4%, de perros y gatos; el 0,9%, de perro

y pez; el 0,5%, de perro y pájaro; el 0,5%, de perro y cacatúa; y, el 0,5%, de pájaro. La mayor parte de las respuestas, el 97,7%, confirmaron que son dueños de perros y/o gatos; siendo los perros la opción más frecuente.

Tabla 16

Pregunta 6

	X	f	F	%
<i>Perro</i>	60,50	120,00	120,00	55,30
<i>Gato</i>	21,50	42,00	162,00	19,35
<i>Perro y gato</i>	26,00	51,00	213,00	23,50
<i>Perro y pájaro</i>	1,00	1,00	214,00	0,46
<i>Perro y pez</i>	1,50	2,00	216,00	0,92
<i>Perro y cacatúa</i>	1,00	1,00	217,00	0,46
<i>Pájaro</i>	1,00	1,00	218,00	0,46
Σ	111,50	217,00	1.142,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

7. Si tiene perros, ¿Cuántos tiene?; 8. Si tiene gatos, ¿Cuántos tiene?; y,

9. Si tiene otro tipo de mascota (distinta a gato y perro), ¿Cuántos tiene?

Las preguntas 7, 8 y 9 se refieren al número de mascotas que tiene cada persona.

De esta forma, los dueños que tienen sólo un perro son el 43,6%; el 20,6%, tiene dos; y, el 17,9% entre 3 y más de 3 perros. Por otra parte, el 27% de los encuestados tiene 1 gato; el 10,6% 2 gatos; y, el 4,6% tres; un porcentaje mínimo tiene más de 3 gatos.

Menos del 3% tiene de mascotas pájaros, peces u otros.

Tabla 17:

Pregunta 7

	X	f	F	%
<i>No tengo perros</i>	20,00	39,00	39,00	17,89
<i>Tengo 1</i>	48,00	95,00	134,00	43,58
<i>Tengo 2</i>	23,00	45,00	179,00	20,64
<i>Tengo 3</i>	9,50	18,00	197,00	8,26
<i>Más de 3</i>	11,00	21,00	218,00	9,63
Σ	111,50	218,00	767,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

Tabla 18

Pregunta 8

	X	f	F	%
<i>No tengo gatos</i>	62,00	123,00	123,00	56,42
<i>Tengo 1</i>	30,00	59,00	182,00	27,06
<i>Tengo 2</i>	12,00	23,00	205,00	10,55
<i>Tengo 3</i>	5,50	10,00	215,00	4,59
<i>Más de 3</i>	2,00	3,00	218,00	1,38
Σ	111,50	218,00	943,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

Tabla 19

Pregunta 9

	X	f	F	%
<i>No tengo otras mascotas</i>	102,00	203,00	203,00	93,12
<i>Tengo 1</i>	2,50	4,00	207,00	1,83
<i>Tengo 2</i>	3,00	5,00	212,00	2,29
<i>Tengo 3</i>	0,50	-	212,00	-
<i>Más de 3</i>	3,50	6,00	218,00	2,75
Σ	111,50	218,00	1.052,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

10. ¿Cuánto pesa su mascota más grande independiente de su tipo?

El peso de las mascotas en los hogares imbabureños es variado, predominando las más pequeñas. De esta forma, el 26,1% pesan entre 5 y 10 kilos; el 23,9%, entre 11 y 20 kilos; el 21,1%, entre 21 y 30 kilos; el 15,1%, menos de 5 kilos; 9,6%, entre 31 y 45 kilos; y, el 4,1%, más de 45 kilos. Sintetizando, el 41,2% pesan menos de 10 kilos, mientras que el 58,8% pesan más de los 10 kilos. El peso de la mascota es importante debido a que el precio del servicio funerario puede cambiar por esta variable.

Tabla 20

Pregunta 10

	X	f	F	%
<i>Menos de 5kg.</i>	17,00	33,00	33,00	15,79
<i>Entre 5 y 10kg.</i>	29,00	57,00	90,00	27,27
<i>Entre 11 y 20kg.</i>	26,50	52,00	142,00	24,88
<i>Entre 21 y 30kg.</i>	23,50	46,00	188,00	22,01

<i>Entre 31 y 45kg.</i>	11,00	21,00	209,00	10,05
<i>Más de 45kg.</i>	5,00	9,00	218,00	4,31
Σ	107,00	209,00	662,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

11. ¿Quién cubre los gastos de su(s) mascota(s)?

Según los encuestados, los gastos relacionados con el cuidado de la mascota dentro del hogar son asumidos en un 67,43% por el dueño; y, en un 28,9% por los padres. Solo el 3,66% lo costean entre hijos, pareja, hermanos u otros miembros del hogar. La responsabilidad económica recae principalmente en los dueños.

Tabla 21

Pregunta 11

	X	f	F	%
<i>Yo</i>	74,00	147,00	147,00	67,43
<i>Padres</i>	32,00	63,00	210,00	28,90
<i>Hijos</i>	2,50	4,00	214,00	1,83
<i>Todos los miembros del hogar</i>	1,50	2,00	216,00	0,92
<i>Pareja</i>	1,00	1,00	217,00	0,46
<i>Hermanos</i>	1,00	1,00	218,00	0,46
Σ	112,00	218,00	1.222,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

12. De los siguientes rubros, ¿en cuáles gasta más para su(s) mascota(s) normalmente al mes?

Los principales rubros en los que se destina dinero para el cuidado de las mascotas son: alimentación con un 35%; belleza con un 22%; salud con un 21%; juguetes y seguridad con un 8% cada uno; y, 6%, en gastos académicos. Los gastos considerados esenciales para la mascota como alimentación y salud son el 56%; mientras que los gastos no indispensables – como belleza, juguetes y seguridad – también son un porcentaje alto del 44%. Los resultados muestran que muchas personas también destinan recursos a productos y servicios adicionales para sus mascotas, lo que refleja una apertura hacia el consumo de bienes complementarios.

Tabla 22

Pregunta 12

	X	f	F	%
<i>Alimento</i>	53,00	105,00	105,00	35,47
<i>Accesorios de seguridad</i>	12,00	23,00	128,00	7,77
<i>Salud</i>	32,00	63,00	191,00	21,28
<i>Actividades académicas</i>	9,00	17,00	208,00	5,74
<i>Belleza</i>	32,50	64,00	272,00	21,62
<i>Juguetes</i>	12,50	24,00	296,00	8,11
Σ	151,00	296,00	1.200,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

13. En promedio, ¿Cuánto dinero destina cada mes en el cuidado de su(s) mascota(s)?

La respuesta a esta pregunta definió la capacidad de gastar de las personas en su mascota; la distribución de estos fue el siguiente: el 54% gasta entre 20 y 50 dólares; el 27% de 51 a 100 dólares; el 11% menos de 20 dólares; y el 8% más de 100 dólares. El promedio de gasto mensual calculado es de 42,14 dólares por mascota, lo que permite tener una referencia del nivel de inversión que los dueños están dispuestos a realizar regularmente.

Tabla 23

Pregunta 13

	X	f	F	%
<i>Menos de \$ 20</i>	12,50	24,00	24,00	11,01
<i>Entre \$ 20-50</i>	59,00	117,00	141,00	53,67
<i>Entre \$ 51-100</i>	30,50	60,00	201,00	27,52
<i>Más de \$ 100</i>	9,00	17,00	218,00	7,80
Σ	111,00	218,00	584,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

14. ¿Con qué frecuencia lleva usted al veterinario a su(s) mascota(s)?

La necesidad de un veterinario para la mascota se dispuso en los siguientes parámetros: el 55%, sólo cuando lo necesita; el 18,81%, una vez al mes; el 13,76%, casi

nunca; el 8% menos de una vez al mes; y el 4% nunca. La población está dispuesta a gastar en su mascota sólo cuando exista necesidad de hacerlo.

Tabla 24

Pregunta 14

	X	f	F	%
<i>Menos de una vez al mes</i>	9,50	18,00	18,00	8,26
<i>Una vez al mes</i>	21,00	41,00	59,00	18,81
<i>Sólo cuando necesita</i>	61,00	121,00	180,00	55,50
<i>Casi nunca</i>	15,50	30,00	210,00	13,76
<i>Nunca</i>	4,50	8,00	218,00	3,67
Σ	111,50	218,00	685,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

15. ¿Ha experimentado la pérdida de una mascota?

Los encuestados también han experimentado la pérdida de su mascota en su gran mayoría con un 66,1%, mientras que el otro 33,95% afirma que no lo ha experimentado. La siguiente pregunta profundiza en cómo fue manejado el cuerpo de la mascota por parte de las personas que han experimentado la pérdida de una mascota.

Tabla 25:

Pregunta 15

	X	f	F	%
<i>Sí</i>	72,50	144,00	144,00	66,06
<i>No</i>	37,50	74,00	218,00	33,94
Σ	110,00	218,00	362,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

16. ¿Qué hizo con el cuerpo de su mascota fallecida?

Los imbabureños, con el antecedente de la pregunta anterior, respondieron que: el 63,3% lo enterraron casa; el 22,9% no lo recuerda; el 9,7% contrató servicios funerarios; y, el 2,1% utilizó el servicio municipal de recogida de desechos. Los resultados muestran que la mayoría recurre a métodos informales y personales para disponer del cuerpo de sus mascotas.

Tabla 26

Pregunta 16

	X	f	F	%
<i>Entierro en casa o terreno propio</i>	47,50	94,00	94,00	65,28
<i>Entrega al servicio municipal de recolección</i>	2,00	3,00	97,00	2,08
<i>Contrató el servicio a terceros</i>	7,50	14,00	111,00	9,72
<i>No recuerda</i>	17,00	33,00	144,00	22,92
<i>Otro</i>	0,50	-	144,00	-
Σ	74,50	144,00	590,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

17. ¿Considera necesaria la existencia de un cementerio y crematorio para mascotas en la ciudad de Ibarra?

Esta pregunta se relaciona con la necesidad de los servicios funerarios para mascotas a lo que respondieron de la siguiente manera: el 83,5% respondieron que sí, mientras que el 16,5% se mostraron contrarios. Esto demuestra que la mayoría de la población imbabureña, sobre todo los que tienen mascotas en sus hogares, ven necesaria la implementación de servicios funerarios para mascotas.

Tabla 27

Pregunta 17

	X	f	F	%
<i>Sí</i>	109,50	182,00	182,00	83,49
<i>No</i>	28,00	36,00	218,00	16,51
Σ	137,50	218,00	400,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

18. ¿Estaría dispuesto a contratar servicios funerarios para su mascota?

En la pregunta anterior se preguntó sobre la necesidad del servicio funerario para mascotas. Esta pregunta, más específicamente, se centró en conocer la disposición real de contratar dichos servicios. De esta forma, las respuestas fueron las siguientes: el 82,1% mencionaron que sí y sólo el 17,9% que no. Estos resultados evidencian una aceptación mayoritaria hacia este tipo de servicios.

Tabla 28

Pregunta 18

	X	f	F	%
<i>Sí</i>	109,50	179,00	179,00	82,11
<i>No</i>	28,00	39,00	218,00	17,89
Σ	137,50	218,00	397,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

19. En caso de no estar dispuesto a contratar un servicio funerario para su mascota, ¿Qué alternativa considera o qué acciones tomaría en ese momento?

La pregunta anterior determinó que el 17,89% de los encuestados no contratarían el servicio de funeraria para mascotas. Siendo así, se les preguntó qué es lo que harían, con una pregunta abierta. Las respuestas fueron diversas y múltiples, pero, resumiendo, se adhirieron a las siguientes opciones: el 94,9% lo enterraría en su casa y el 5,1% no sabe lo que haría. El entierro en casa sigue siendo la alternativa más elegida entre quienes no recurrirían a servicios formales.

Tabla 29

Pregunta 19

	X	f	F	%
<i>Enterrar en casa propia o terreno</i>	109,50	37,00	37,00	94,87
<i>No sabe</i>	28,00	2,00	39,00	5,13
Σ	137,50	39,00	76,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

20. En caso de fallecimiento de su mascota, ¿Qué método preferiría?

Regresando a la respuesta afirmativa de la pregunta 18, es decir el 82,1% de los encuestados, se les preguntó las alternativas para la contratación de servicios funerarios para mascotas, entre las que se contó las siguientes: el 44,7% optó por enterrar el cuerpo de la mascota en el cementerio; el 36,3% optó por la cremación del cuerpo; y, el 18,99% por cremación y entierro de las cenizas en un cementerio de mascotas.

Tabla 30

Pregunta 20

	X	f	F	%
<i>Cremación</i>	33,00	65,00	65,00	36,31
<i>Entierro del cuerpo en un cementerio de mascotas</i>	40,50	80,00	145,00	44,69
<i>Cremación y entierro de las cenizas en un cementerio</i>	17,50	34,00	179,00	18,99
Σ	91,00	179,00	389,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

21. ¿Cuál de los siguientes planes funerarios le parecería más adecuado para su mascota?

Manteniéndonos en el porcentaje de los que contratarían los servicios funerarios (el 82,11%), se ofrecieron tres tipos de planes de servicios y la alternativa de negarse a contratarlos. De esta forma, el Plan Premium fue el más solicitado con el 40,2%; el Plan Básico 35,75%, el Plan Conmemorativo 18,99%, mientras que una minoría del 5,03% no contrataría ningún plan. Esta pregunta sugiere claramente que las personas muestran mayor interés por un servicio más completo y afianza el hecho de que las personas están dispuestas a costear estos servicios.

Tabla 31

Pregunta 21

	X	f	F	%
<i>Plan Básico</i>	32,50	64,00	64,00	35,75
<i>Plan Conmemorativo</i>	17,50	34,00	98,00	18,99
<i>Plan Premium</i>	36,50	72,00	170,00	40,22
<i>No contrataría un plan</i>	5,00	9,00	179,00	5,03
Σ	91,50	179,00	511,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

22. ¿Qué precio le parecería adecuado para el Plan Básico? (Considerando peso y tipo de servicio)

El Plan Básico comprende: transporte del cuerpo de la mascota, cremación y entrega de las cenizas en una urna. Dentro de los que respondieron esta opción, se les

preguntó cuánto gastaría en dicho plan; los resultados fueron entre 20 y 30 dólares el 60,94%; entre 31 y 40 dólares el 31,25%; y, finalmente, entre 41 y 50 dólares el 7,81%; esto nos dice que el mínimo que pagarían por un servicio funerario para mascotas es de 20 dólares.

Tabla 32

Pregunta 22

	X	F	F	%
<i>Entre \$ 20 y 30</i>	20,00	39,00	39,00	60,94
<i>Entre \$ 31 y 40</i>	10,50	20,00	59,00	31,25
<i>Entre \$ 41 y 50</i>	3,00	5,00	64,00	7,81
Σ	33,50	64,00	162,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

23. ¿Qué precio le parecería adecuado para el Plan Conmemorativo?

(Considerando peso y tipo de servicio)

El Plan Conmemorativo contempla: transporte del cuerpo de la mascota; cremación; ceremonia sencilla; y entrega de cenizas en urna personalizada. Los que respondieron que optarían por esta opción respondieron que el 79,4% pagaría entre 80 y 100 dólares; el 14,7%, entre 101 y 150 dólares; y, el 5,9%, entre 150 y 180 dólares; esto nos dice que las personas pagarían un mínimo de \$ 80 por un servicio funerario de mascotas que incluya ceremonia y urna personalizada.

Tabla 33

Pregunta 23

	X	f	F	%
<i>Entre \$ 80 y 100</i>	14,00	27,00	27,00	79,41
<i>Entre \$ 101 y 150</i>	3,00	5,00	32,00	14,71
<i>Entre \$ 151 y 180</i>	1,50	2,00	34,00	5,88
Σ	18,50	34,00	93,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

24. ¿Qué precio le parecería adecuado para el Plan Premium?

(Considerando peso y tipo de servicio)

El Plan Premium contempla los siguientes servicios: transporte; cremación; entierro en cementerio de mascotas, plantación de un árbol en memoria de la mascota en un espacio natural y colocación de una placa con su nombre. Por esta opción estarían dispuestos a pagar: entre 181 y 200 dólares el 63,9%; entre 201 y 250 dólares el 33,3%; y, entre 251 y 300 dólares el 2,8%. Este plan, al incluir servicios más personalizados y conmemorativos, tiene aceptación incluso en rangos más altos de precio.

Tabla 34

Pregunta 24

	X	f	F	%
Entre \$ 181 y 200	23,00	46,00	46,00	63,89
Entre \$ 201 y 250	12,00	24,00	70,00	33,33
Entre \$ 251 y 300	1	2,00	72,00	2,78
Σ	18,50	72,00	188,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

25. ¿Le gustaría que el cuerpo de su mascota sea retirado desde su domicilio?

La pregunta en cuanto al servicio de transporte del cuerpo fallecido de la mascota, las personas respondieron que: el 52,5% prefieren que el traslado lo haga la empresa funeraria; mientras que el 47,5% prefiere trasladarlo por cuenta propia. La preferencia mayoritaria es que la empresa realice el traslado.

Tabla 35

Pregunta 25

	X	f	F	%
Sí	109,50	94,00	94,00	52,51
No, prefiere el traslado personal	28,00	85,00	179,00	47,49
Σ	137,50	179,00	273,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

26. ¿Estaría dispuesto a recibir información sobre este tipo de servicios mediante redes sociales o correo electrónico?

Finalmente, la pregunta sobre el marketing de la empresa de que, si está dispuesto a recibir información de la funeraria de mascotas, las respuestas fueron las siguientes: el 91,1% dijo que sí, mientras que el 8,9% dijo que no. La mayoría de las personas estaría dispuesta a recibir información sobre este tipo de servicios por canales digitales.

Tabla 36

Pregunta 26

	X	f	F	%
<i>Sí</i>	109,50	163,00	163,00	91,06
<i>No</i>	28,00	16,00	179,00	8,94
Σ	137,50	179,00	342,00	100,00

Elaborado por: Elaboración propia.

Análisis general de los datos

Según el censo 2022, la provincia de Imbabura cuenta con una población 469.879 habitantes, distribuidos en 141.502 hogares. De estos, 61.396 hogares poseen al menos una mascota, lo que equivale al 43.39% del total.

Sin embargo, para la encuesta realizada en el presente estudio, se identificó una muestra de 273 personas, en la provincia de Imbabura, distribuido en todos sus cantones. Dentro de esta muestra, el 79,85 % manifestó tener al menos una mascota, lo que permite considerar que los resultados obtenidos son representativos de los 61.396 hogares con mascotas en Imbabura.

Dentro de este grupo de hogares, el 56,41% tienen ingresos mensuales superiores a los 400 dólares. Por tanto, se entiende que más de la mitad de la población imbabureña son hogares con mascotas que tienen estos ingresos, estadísticamente, con

un promedio de 427,66 dólares. Cabe añadir que, también existe un porcentaje importante de personas que tienen ingresos menores a 400 dólares que corresponde al 43,59%; dentro de este margen, los que tienen ingresos menores a 200 dólares es de 23,81%. Se determina, además, que el 56,41% de las 61.396 personas (es decir 34.633,48) tienen ingresos superiores a los \$ 400, con una varianza de 61,56 dólares.

A partir de estos datos, se estima una posible cantidad demandada bruta de 34.633 hogares con mascotas que tienen ingresos superiores a 400 dólares, lo que representa el 24,48 % del total de hogares en la provincia. Este grupo podría constituir el mercado potencial para una empresa de servicios funerarios para mascotas, especialmente en zonas urbanas de mayor densidad poblacional.

Los resultados también muestran que el 96,33% de los gastos relacionados con las mascotas son cubiertos por los propios dueños o por sus padres. En cuanto a los rubros de gasto, el mayor porcentaje se destina a alimentación con un 35,47%, salud con un 21,28%, y, en belleza con un 21,62%. En promedio, el 53,67 % de los encuestados gasta entre 20 y 50 dólares mensuales en el cuidado de su mascota, mientras que el 27,52 % gasta entre 51 y 100 dólares. En total, el 81,18 % invierte más de 240 dólares anuales en su mascota.

Se determinó, además, que una gran mayoría del 82,1% estaría dispuesta a contratar servicios funerarios. Es decir que, la muestra representativa de los más de 60 mil hogares con mascota, está dispuesta a contratar servicios funerarios para mascotas: este hecho representa un gran capital potencial económico que necesita ser explotado. Sumemos a esto que la tendencia hacia la normalización de los gestores funerarios para mascotas por parte de las entidades gubernamentales se inclina hacia regulación y promoción de este tipo de servicios que son los encargados de complementar el servicio de manejo de la fauna urbana y los desechos sanitarios peligrosos.

Finalmente, es de notar un hecho que beneficia a la calidad del servicio funerario para mascotas: el plan más solicitado para un posible servicio de este tipo fue el Premium, con un 40,2%. De esto se deduce que una gran cantidad de personas están dispuestas a pagar un servicio más completo para las mascotas. El siguiente plan más solicitado fue el económico o Básico, con un 35,75%, que implica un pago mínimo de \$ 20. Entre estos dos planes, la media mínima promedio es de \$ 100. Por otra parte, el porcentaje de personas que no contratarían un plan es mínimo – con el 5,03% – aunque, probablemente, este dato se reduzca a medida que las personas se familiaricen con el servicio funerario para mascotas en la provincia de Imbabura.

3.2 Entrevistas

Los entrevistados proporcionaron información específica que permitió la elaboración de las encuestas, además de obtener información importante. De esta forma es como se determinó que en la ciudad de Ibarra existen tres centros funerarios y crematorios; este es el caso de las siguientes empresas: Huellas Memorables, Crematorio la Esperanza y Crematorio Dog's & Cat's. De entre las anteriores, la única que tiene permisos, según la Gerente de la misma, es Crematorio la Esperanza.

De esta forma, para la autorización y legalización completa del servicio de funeraria de mascotas en el cantón de Ibarra se necesita: 1, Licencia Ambiental emitida por el Ministerio de Medio Ambiente y avalada por el Departamento de Gestión Ambiental del GAD cantonal de Ibarra; 2, permisos del mismo Departamento de Gestión Ambiental municipal; y, 3, los permisos emitidos por el GAD provincial. Estos establecimientos deben estar domiciliados en Uso de Suelo Industrial, o fuera del casco urbano de la ciudad.

Para el manejo del cadáver de las mascotas, estas empresas deben seguir los siguientes protocolos: 1, colocar el cadáver en una funda plástica de color rojo; de ser el

caso de detectar enfermedad zoonótica habrá que reportar al instituto sanitario correspondiente, en este caso el Ministerio de Salud; 2, de tener o sospechar enfermedad, colocar el cadáver en la funda junco con un agente antiséptico como alcohol o gel; 3, para más seguridad, asegurar la bolsa colocando en otra bolsa impermeable; 4, en el caso de cremación, la bolsa se la coloca en la bandeja de cremación y se procede; 5, en el caso de enterramiento, se cava un hoyo de una profundidad aproximada de 2 metros y se coloca cal en la base; sobre la base de cal, se acomoda la funda con la mascota fallecida y se cubre la oquedad.

Se determinó, además, que es más económico y ecológico el enterramiento de la mascota que su similar proceso crematorio. Las ventajas son las siguientes: 1, menores costos, además de menor uso de recursos para los operadores de la empresa de servicios y para los clientes; 2, se evita la contaminación del aire al evitar la combustión orgánica con combustibles minerales como el gas, diésel o gasolina; 3, evita emanaciones no deseadas y/o contaminación del aire. Así es como el costo para el cliente que desea cremar a su mascota bordea los 150 y 300 dólares, mientras que el enterramiento es mucho más económico.

Finalmente, se conoció que el mal manejo y tratamiento de la mascota fallecida puede conllevar a una sanción pecuniaria de entre 2 y 3 SBU (Salarios Básicos Unificados) y, en el caso de hacerlo como empresa, la revisión de los permisos de funcionamiento. Sin embargo, a estas sanciones, se determinó que no hay una institución, de carácter público o privado, que se encargue de la supervisión y revisión de estos dictámenes. En las actuales circunstancias, más bien, mencionan los entrevistados, se trabaja por normativa ética empresarial.

Las entrevistas fueron realizadas a los gerentes del Crematorio La Esperanza y la veterinaria Wasi Vet y a un técnico del Departamento de Gestión Ambiental del GAD

de la ciudad de Ibarra; estas pueden verse en los siguientes anexos, respectivamente:

[anexo 3](#), [anexo 4](#) y [anexo 5](#).

3.3 Análisis PESTEL

De igual manera, se utilizó la herramienta PESTEL para identificar y evaluar los factores del macro entorno que pueden llegar a influir en el normal funcionamiento de la empresa.

Tabla 37

Análisis PESTEL

Político	En la capital del Ecuador, en el Distrito Metropolitano de Quito, existe una ordenanza para el manejo de las mascotas, pero, lamentablemente, los demás Gobiernos Autónomos Descentralizados no han adoptado este proceso a sus administraciones. La razón, posiblemente desconocimiento o inaplicabilidad en cada jurisdicción	(Concejo del Distrito Metropolitano de Quito, 2024)
	La política, y los políticos ecuatorianos, no han hecho énfasis y profundizar en cuanto al tema del manejo del cuerpo fallecido de las mascotas, aunque sí exista un cuerpo legal que los protege.	(Echeverría , 2025)
Económico	La tendencia en el gasto de los hogares ecuatorianos en el nicho de las mascotas está en alza desde hace una década atrás. Es probable que, la tendencia, se mantenga para los próximos años.	(La Nación, 2025)
	Debido a la tendencia costumbrista que no se adecúa a la realidad del manejo y cuidado de las mascotas, en el ámbito de las funerarias, la demanda de este sector es desconocido, pero potencial. Es posible que, en los próximos años, esta industria se potencialice y crezca de manera exponencial.	(Argentina-Uruguay-Retail Mascotas, 2025)
Social	La concientización en el cuidado para mascotas se ha incrementado, junto con al avance de las Redes Sociales. Las personas tienen más consideración en el trato y cuidado de sus animales domésticos de compañía. Sin embargo, pese a esta circunstancia, las personas no han desarrollado la costumbre colectiva de despedir y manejar el cuerpo de a la mascota fallecida de la manera adecuada.	(Villamar, 2023)

	Con el fin de evitar conflictos sociales, todos los organismos cuyo objeto social sea el manejo de mascotas fallecidas, se ha establecido fuera del área urbana, restringiéndolo hacia el área industrial.	(GAD de San Miguel de Ibarra, 2021)
Tecnológico	En la ciudad de Ibarra, pese a haber competencia en el campo de las funerarias para mascotas, estos no cuentan con la maquinaria, ni la técnica adecuada para el manejo de la mascota fallecida. Sus procesos son bastante artesanales, sin contar con los procedimientos adecuados para su manejo, como desecho sanitario peligroso.	Entrevista propia. Jairo Guama. (Ver Anexo 3).
	La técnica en el manejo de las mascotas fallecidas es precaria en el Ecuador, considerando que, en países como Canadá, este ha evolucionado y proporciona una gama amplia de servicios, dentro del marco legal, ambiental y económico. Otro ejemplo es el manejo innovador de UrnaBios, en España, que renovó el proceso de “cremación” con agua.	(Urnabios, 2025)
Ecológico	Para el manejo de la mascota fallecida (que de acuerdo a la normativa legal ecuatoriana es un desecho sanitario peligroso) se necesita un protocolo de acción en cuanto a su enterramiento y cremación, para evitar contaminación ambiental. La mayor parte de las familias, fiel a su costumbre, se encargan del manejo del cuerpo de la mascota fallecida, que, en el mejor de los casos, es enterrado en el patio de propia casa, o simplemente lo desechan en el servicio de recolección de basura.	(Ministerio de Ambiente, 2025)
Legal	No existe legislación local sobre el manejo de las mascotas fallecidas.	Entrevista propia: Jairo Guama. Anexo. (Ver Anexo 3)
	El cuerpo de la mascota fallecida es considerado por la legislación general del Ecuador como Desecho Sanitario Peligroso.	(Control Sanitario, 2018)

Elaborado por: Elaboración propia.

3.4 Fuerzas de Porter

A fin de profundizar en el análisis del contexto competitivo y evaluar la viabilidad del ingreso al mercado, se recurrió al modelo de las cinco fuerzas de Porter:

a) Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es medio, ya que actualmente en el Ecuador existen limitados proveedores especializados en equipos y servicios para cremación de las mascotas, lo que conlleva a una elevación de los costos. A pesar de eso, en el mercado nacional se pueden encontrar proveedores de ataúdes, urnas, elementos decorativos y demás insumos para complementar el servicio funerario, lo que permite diversificar esas opciones con el tiempo.

b) Poder de negociación de los clientes

Dado que aún no existe una cultura masiva de servicios funerarios para mascotas, el poder de los clientes es medio-alto, lo cual obliga a la empresa a sensibilizar al mercado sobre los beneficios de este servicio. Los clientes tienen poder de decisión al contar con alternativas como el entierro informal, que es el entierro en casa o no realizar un procedimiento funerario, además de existir tres empresas con servicios funerarios. Por tanto, es indispensable ofrecer precios adecuados, servicios personalizados y un trato empático que genere valor emocional.

c) Amenaza de nuevos competidores

Actualmente en Imbabura no existen muchas empresas formales que presten este tipo de servicios, por lo que la amenaza de nuevos competidores es media, pero dada la baja barrera de entrada, especialmente en servicios informales, nuevos competidores o actores podrían aparecer si se detecta una rentabilidad visible del negocio. De esta manera es fundamental establecer una ventaja competitiva a través de alianzas con veterinarias, campañas de concienciación y precios asequibles.

d) Amenaza de productos o servicios sustitutos

La amenaza es alta, debido a que muchos dueños de mascotas aun recurren a servicios alternativos como el entierro en su casa o propiedades, la disposición de basureros o el manejo improvisado del cuerpo. Estos sustitutos, aunque no son

legales o sanitariamente recomendables, siguen presentes por desconocimiento o limitaciones económicas.

e) Rivalidad entre competidores existentes

La rivalidad actual es baja, ya que no existen empresas directamente establecidas en la provincia de Imbabura dedicadas exclusivamente a servicios funerarios para mascotas. No obstante, existen veterinarias que ocasionalmente se encargan de la disposición del cuerpo de la mascota mediante intermediarios.

El análisis del entorno muestra que el servicio funerario para mascotas en Imbabura enfrenta un contexto con retos, pero también con potencial. La falta de normativa específica, el limitado desarrollo en tecnología y el inadecuado manejo ambiental refleja debilidades estructurales, pero abren un espacio para innovar. Socialmente, la conciencia sobre el bienestar animal ha crecido, pero aún no se ha consolidado una cultura que valore estos servicios.

En cuanto al entorno competitivo, la rivalidad directa es baja, aunque los servicios informales siguen siendo una fuerte alternativa. Los clientes tienen un poder de decisión importante y los proveedores especializados en maquinaria son escasos. Sin embargo, el aumento en el gasto hacia mascotas y la escasa oferta formal hacen de este un mercado emergente con oportunidades de crecimiento si se lo aborda con estrategias adecuadas y diferenciadoras.

4. PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA

4.1 VIABILIDAD LEGAL

4.1.1 Marco jurídico general

Para la Constitución Política de la República del Ecuador la asociación u organización privada está aceptada y garantizada por sus estatutos y normas, aunque se establezca que su función primordial tenga una función y objeto social (Constitución Política de la República del Ecuador).

De igual forma, la legislación subalterna determina más específicamente los derechos y las obligaciones de la empresa como es el caso de la Ley de Compañías (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2017). Este marco de leyes permite y regula las instituciones que regulan funcionamiento empresarial como: en el ámbito público, la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS), Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS); en el ámbito privado, las Cámaras de Comercio (como la de Guayaquil o Quito) y las empresas consultoras legales y de contaduría. Finalmente, hay que mencionar al Servicio de Rentas Internas (SRI) del Ecuador que es la institución que es la receptora de todas las aportaciones impositivas de las personas naturales y jurídicas, además de tener facultades coactivas y coercitivas para el cobro de impuestos.

4.1.2 Constitución jurídica de la empresa

El modelo de empresa que se busca conformar para la empresa de servicios funerarios y cementerio para Mascotas es el de Compañía de Responsabilidad Limitada. Las razones son las siguientes, como lo establece en la Ley de Compañías (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2017): 1, su naturaleza cerrada, en cuanto a su paquete accionario, permite mantener su control pleno en los asuntos administrativos; 2,

salvaguarda el patrimonio de los accionistas; 3, flexibilidad y simplicidad en la gestión y constitución de la misma; y, 4, la responsabilidad del socio se limita a su capital aportado. Se descartaron modelos como la Sociedad Anónima (S.A.) por su flexibilidad de transferencia del paquete accionario y la complejidad del manejo administrativo de la misma, además de la no responsabilidad de los socios. También se descartó el tipo Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) que, aunque es de fácil constitución, su extinción es un proceso complejo; así mismo, sus características similares a las de la S.A. que no están de acuerdo al criterio que necesitan los accionistas o socios de la empresa.

Por tanto, para la creación de una empresa de Responsabilidad Limitada en Ecuador, aunque el trámite es netamente en línea, es necesaria, aunque no imprescindible, el patrocinio de un abogado que genere la minuta de constitución de la empresa y que forje el Nombramiento del Representante Legal de la empresa. Así es como se realizó la respectiva Minuta de Constitución, con la tutela de un profesional del derecho (ver [anexo 6](#)). Con estos documentos, se deben seguir los siguientes pasos, de acuerdo al portal de la Superintendencia de Compañías (Superintendencia de Compañías, s.f.):

Tabla 38

Proceso de constitución de compañía

Nro.	Proceso
1	Entrar al sitio WEB de la Superintendencia de Compañías (SUPERCIAS): www.supercias.gob.ec
2	Hacer clic en la pestaña: “Portal de Constitución Electrónica de compañías”
3	Hacer clic en la opción: “Constituir una compañía”.
4	Si no está registrado en la página WEB de la SUPERCIAS, registrarse; si sí, ingresar con su Usuario y Contraseña.
5	En el formulario de “Solicitud de constitución de compañías”, ingresar los datos requeridos de la compañía, de los socios, subscripciones, pago de capital y representantes legales
6	Una vez registrado, adjuntar los datos adjuntos en la opción de “Adjuntar archivo”
7	Elegir la notaría de conveniencia y comprobar los costos asociados al trámite
8	Hacer clic en “Aceptar”, si está de acuerdo con las condiciones. Antes de hacerlo, es pertinente revisar y comprobar los datos.
Notas adicionales	<ul style="list-style-type: none"> • El pago a los trámites asociados se hará en el Banco del Pacífico; • Habiendo cancelado los valores, se le otorgará una fecha para la cita en la que el beneficiario se acerque a la notaría a firmar le escritura; • Los documentos, una vez promulgados, deben ser inscritos en el Registro Mercantil;

- Inscrita la escritura, recibirá la notificación de constitución exitosa de la compañía.

Nota: (Superintendencia de Compañías, s.f.)

Elaborado por: Elaboración propia.

4.1.3 Marco Jurídico ambiental

El “Plan de Uso y Gestión de suelo del cantón San Miguel de Ibarra” (PUGS) (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE IBARRA, 2021) categoriza el Uso del Suelo en: uso principal, uso complementario, uso restringido y uso prohibido. Según este mismo cuerpo legal, tipifica a las empresas que manejen “Desechos Sanitarios Peligrosos” – como es el caso de las funerarias para mascotas – dentro del marco de un Uso de Suelo restringido; de esta forma sólo se permite el funcionamiento de estos centros en la Zona industrial del cantón, fuera del área urbana del mismo.

Así mismo, en el marco de la legislación ambiental, el Código Orgánico del Ambiente (Ministerio del Ambiente, 2025), en su artículo 12 y 27, señala que la competencia ambiental sea descentralizada en los organismos estatales, entre ellos los GAD’s. En el caso del cantón Ibarra, el cuerpo legal que regenta la situación ambiental es la “Ordenanza que Gestiona el Plan de Gestión Ambiental en el Cantón San Miguel de Ibarra” (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Ibarra, 2025). En este instrumento establece la necesidad de Licencia Ambiental para centros del tipo crematorio y cementerio para mascotas, debido al nivel y su naturaleza contaminante. Por tanto, los requisitos para la obtención de dicha licencia son los siguientes:

1. Documento oficial que certifica que la ubicación de la empresa no interseca con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, Bosques Protectores y Patrimonio Forestal del Estado (SNAP);

2. Con el auspicio de un profesional en el área ambiental, y su firma de responsabilidad, la presentación de un Estudio de Impacto Ambiental (EsIA) del proyecto empresarial;
3. Realización y presentación del informe de Sistematización del Proceso de Participación Ciudadana; este es un informe de las opiniones de la ciudadanía en cuanto a los objetivos de la empresa en el sector donde funcionará;
4. Pago de las tasas administrativas;
5. Obtención y presentación de una póliza o garantía por responsabilidades ambientales.

4.2 VIABILIDAD ADMINISTRATIVA

La viabilidad administrativa se refiere a la capacidad de la empresa para organizarse y gestionarse de manera eficiente, con el fin de cumplir sus objetivos institucionales. Este aspecto evalúa si la organización cuenta con una estructura clara, mecanismos de planificación y procesos internos que le permitan operar de forma coherente y funcional. Para ello, se considera tanto el diseño estratégico de la empresa, reflejado en su misión, visión, valores y objetivos, como su estructura organizativa y el sistema de toma de decisiones.

4.2.1 *Plan estratégico*

Misión

Somos DreamPet, ofrecemos servicios funerarios especializados para mascotas en la provincia de Imbabura, dirigidos a personas que desean despedir a sus mascotas de compañía con dignidad, respeto y cuidado. A través de un acompañamiento empático y profesional, brindamos soluciones personalizadas que permiten afrontar el proceso de pérdida con serenidad.

Visión

Para el año 2030, convertirnos en la empresa de referencia en la provincia de Imbabura en servicios funerarios para mascotas, distinguiéndonos por el respeto con el que acompañamos a las familias en el proceso de despedida, la calidad de nuestra atención, y la confianza que generamos en cada servicio prestado. Aspiramos a ser una organización reconocida por valorar la vida y el vínculo afectivo entre las personas y sus mascotas, promoviendo despedidas que honren ese amor.

Valores

- Respeto: Tratar a cada mascota con dignidad, reconociendo el valor emocional que representa para su familia.
- Empatía: Acompañar en el duelo de nuestros clientes con sensibilidad, comprensión y cuidado.
- Compromiso: Cumplir con responsabilidad y puntualidad cada uno de los servicios ofrecidos.
- Ética profesional: Actuar con integridad, transparencia y en cumplimiento de la normativa sanitaria y ambiental.
- Sostenibilidad: Promover prácticas responsables con el ambiente, como el uso de urnas biodegradables y la plantación de árboles conmemorativos.

Objetivos

- Establecer una estructura organizativa eficiente y funcional que permita una gestión clara de los procesos administrativos, operativos y de atención al cliente.
- Garantizar un servicio funerario de calidad para mascotas, cumpliendo con las normativas sanitarias y ambientales vigentes, y adaptado a las necesidades emocionales de los clientes.
- Fortalecer las relaciones con clínicas veterinarias y otros aliados estratégicos, con el fin de ampliar los canales de atención y derivación de servicios.

Estrategia

1. Ser eficientes

Para lograr eficiencia operativa, la empresa implementará acciones que integren planificación, organización y control interno. Se diseñará una estructura administrativa clara, representada mediante un organigrama funcional, con funciones bien definidas por área. Además, se estandarizarán los procedimientos operativos mediante manuales

internos, con el fin de optimizar tiempos, evitar errores y asegurar la continuidad del servicio. Esta estrategia busca garantizar el uso adecuado de los recursos, minimizar costos innecesarios y responder con rapidez a las solicitudes de los clientes.

2. Brindar un servicio técnico y profesional

Con el objetivo de ofrecer un servicio de alta calidad y con respaldo técnico, se establecerán protocolos de atención basados en normativas sanitarias y ambientales. El personal será previamente capacitado en manejo ético de cuerpos, técnicas de cremación y entierro, y atención empática al cliente. Además, la infraestructura estará adaptada para brindar servicios seguros y respetuosos, alineados con los estándares del sector funerario para mascotas. Esta estrategia asegura que cada servicio prestado tenga un respaldo técnico y humano que genere confianza.

3. Ampliar la cobertura de los servicios

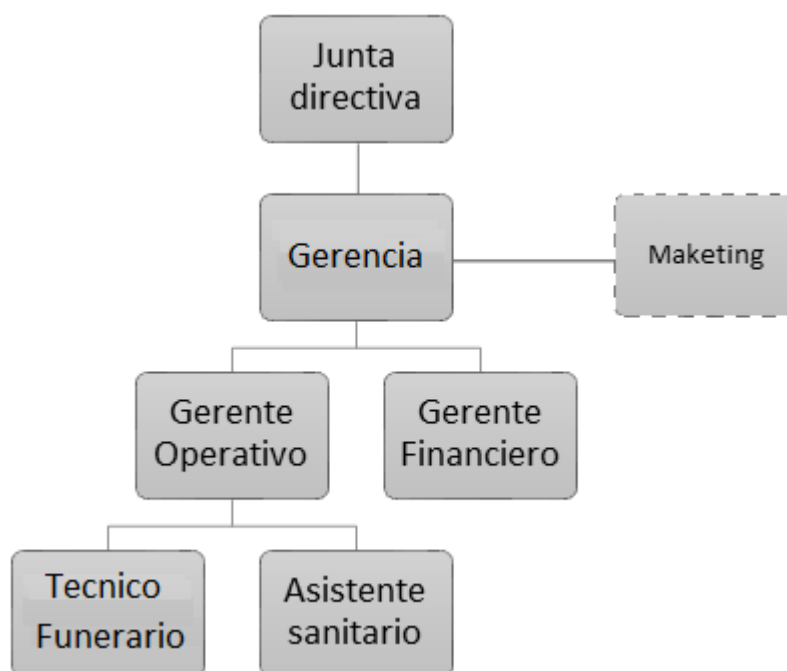
Para extender el alcance de los servicios, se aplicará una estrategia de expansión progresiva mediante alianzas estratégicas y acciones promocionales. Se establecerán convenios con clínicas veterinarias, quienes actuarán como puntos de referencia y canalización de servicios. A estas se le proporcionará material informativo y acceso a una plataforma de coordinación eficiente. Adicionalmente, se utilizarán canales digitales para llegar a nuevos segmentos del mercado, fortaleciendo la presencia de la empresa en toda la provincia.

4.2.2 Organigrama administrativo

El organigrama administrativo de la empresa representa el orden jerárquico que se ha establecido e impuesto a la empresa. En el presente caso, se lo delineó de la siguiente manera:

Figura 5

Organigrama empresarial



Elaborado por: Elaboración propia.

Dentro de este esquema jerárquico, las funciones de cada departamento se encuentran delimitadas en las siguientes tablas; cabe aclarar que el departamento de marketing se lo considera un ente paralelo, bajo un esquema de subcontratación:

Tabla 39

Junta Directiva

Departamento**Junta directiva***Cargo**Perfil ocupacional**Funciones*

- Recibir y analizar los informes financieros y de gestión de la empresa.
- Definir los objetivos estratégicos generales y específicos de la organización.

<i>Superior</i>	<ul style="list-style-type: none"> Nombrar o reemplazar al Gerente General y al Representante Legal según sea necesario.
<i>Subalternos</i>	Gerente

Elaborado por: Elaboración propia.

Tabla 40

Gerencia

<i>Departamento</i>	Gerencia
<i>Cargo</i>	Gerente
<i>Perfil ocupacional</i>	Tercer nivel en áreas administrativas, finanzas o comercial.
<i>Experiencia</i>	Dos o tres años en cargos afines
<i>Funciones</i>	<ul style="list-style-type: none"> Dirigir y coordinar todas las operaciones de la empresa. Ejecutar los planes estratégicos definidos por la Junta Directiva. Establecer estrategias para alcanzar los objetivos organizacionales. Supervisar el desempeño de los gerentes de área. Fomentar una comunicación efectiva entre los distintos departamentos. Supervisar la elaboración de informes financieros y de gestión. Informar a la Junta Directiva sobre los avances y necesidades administrativas de la empresa.
<i>Superior</i>	Junta directiva
<i>Subalternos</i>	Gerente Financiero, Gerente Operativo, Gerente de RRHH.

Elaborado por: Elaboración propia.

Tabla 41

Gerencia de operaciones

Departamento	Operaciones
<i>Cargo</i>	Gerente Operaciones
<i>Perfil ocupacional</i>	Tercer nivel en campo administrativo, comercial o veterinario.
<i>Experiencia</i>	Un año en cargos afines
<i>Funciones</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar la prestación de servicios operativos de la empresa. • Supervisar el traslado de mascotas fallecidas. • Garantizar la aplicación de protocolos de higiene y asepsia en el manejo de cuerpos. • Asegurar la limpieza y mantenimiento del equipo, herramientas y vehículos. • Supervisar y ejecutar los procesos de cremación y sepultura. • Velar por el cumplimiento de normas operativas y de bioseguridad.
<i>Superior</i>	Gerente
<i>Subalternos</i>	Operarios técnico y asistente sanitario

Elaborado por: Elaboración propia.

Tabla 42

Operario técnico

Departamento	Operaciones
<i>Cargo</i>	Técnico funerario
<i>Perfil ocupacional</i>	Bachiller, licencia de conducir Tipo C, preferentemente.
<i>Experiencia</i>	No necesaria
<i>Funciones</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Conducir el vehículo de trabajo asignado. • Realizar el traslado de mascotas fallecidas.

	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar procedimientos de higiene y asepsia en el manejo del cuerpo. • Limpiar y desinfectar las herramientas, equipos y vehículos utilizados. • Ejecutar los procesos de cremación y sepultura conforme a los protocolos establecidos. • Apoyar en tareas asignadas por el Gerente de Operaciones.
<i>Superior</i>	Gerente Operaciones
<i>Subalternos</i>	Asistente sanitario

Elaborado por: Elaboración propia.

Tabla 43

Asistente sanitario

Departamento	Operaciones
<i>Cargo</i>	Asistente sanitario
<i>Perfil ocupacional</i>	Bachiller, licencia de conducir Tipo B
<i>Experiencia</i>	No necesaria
<i>Funciones</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar en la conducción del vehículo de trabajo. • Colaborar con el técnico en el traslado de mascotas. • Realizar la limpieza y desinfección de herramientas, equipos y vehículos. • Asistir en los procedimientos de higiene y manejo del cadáver. • Apoyar en las tareas de cremación y sepultura bajo supervisión.
<i>Superior</i>	Gerente Operaciones
<i>Subalternos</i>	

Elaborado por: Elaboración propia.

Tabla 44

Gerencia Financiera

Departamento	Financiero
<i>Cargo</i>	Gerente Financiero
<i>Perfil ocupacional</i>	Tercer nivel en campo finanzas.
<i>Experiencia</i>	Un año o dos en cargos afines
<i>Funciones</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Administrar y controlar los movimientos contables y financieros. • Elaborar los estados financieros de la empresa. • Gestionar pagos a proveedores y compras internas. • Coordinar relaciones con entidades financieras. • Administrar créditos otorgados a clientes. • Supervisar la emisión de facturas y documentos contables. • Procesar el pago de nómina a los colaboradores.
<i>Superior</i>	Gerente
<i>Subalternos</i>	Asistentes

Elaborado por: Elaboración propia.

Tabla 45

Marketing

Departamento	Marketing
<i>Cargo</i>	Coordinador de Marketing
<i>Perfil ocupacional</i>	Tercer nivel en marketing
<i>Experiencia</i>	Un año en cargos afines
<i>Funciones</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Definir estrategias y políticas de marketing alineadas con los objetivos de la empresa. • Desarrollar y mantener la imagen corporativa. • Gestionar la comunicación de la marca con los clientes.

	<ul style="list-style-type: none"> • Medir la eficacia de las acciones de marketing y su impacto en los ingresos.
<i>Superior</i>	Gerente
<i>Subalternos</i>	

Elaborado por: Elaboración propia.

4.2.3 Organigrama de toma de decisiones

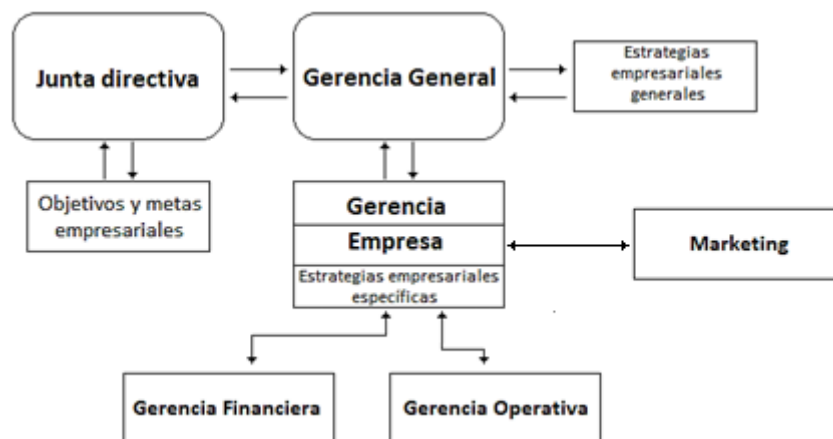
Esquema de toma de decisiones

El esquema de toma de decisiones de la empresa se basa en dos pilares fundamentales: la Junta Directiva y la Gerencia. Los dos departamentos tienen la facultad para determinar los objetivos, las metas y las estrategias generales para la empresa. Son los que determinan el rumbo para un determinado periodo de tiempo.

Sin embargo, dentro de la empresa también deben tomarse decisiones que competen a la Gerencia y los departamentos subalternos. De esta forma es como, desde la Gerencia, se determinan las estrategias para cada uno de los departamentos, como se lo demuestra en la siguiente gráfica:

Figura 6

Organigrama de toma de decisiones



Elaborado por: Elaboración propia.

La jerarquía de la toma de decisiones es un pilar fundamental para evitar la malinformación, la mala interpretación y la comunicación residual redundante, evitando así posibles conflictos. El canal de comunicación debe de ser lineal, aunque no unidireccional. La herramienta comunicativa, aunque no debe de ser del todo formal, sí debe mantener registro de la responsabilidad del mando, fechas y lugares de donde se expide. Así es como se puede evitar:

- Información confusa, incompleta, equivocada o errónea;
- La información errónea puede generar errores en la cadena de mando, consecuentemente en los subsiguientes en la cadena productiva;
- Falta de transparencia y, consecuentemente, irresponsabilidad en la toma de decisiones;
- Pérdida de los objetivos y metas empresariales, para resolver conflictos internos.

De igual manera, la comunicación jerarquizada, lineal y bidimensional proporciona a la empresa:

- Responsabilidad en el mando;
- Lenguaje asertivo;
- Objetividad;
- Competitividad;
- Mejora la capacidad de manejo de grupo y trabajo en equipo.

Aunque la gestión laboral no estará exenta de errores y dificultades, siempre es conveniente establecer protocolos de remediación y de adaptación a las circunstancias, sobre todo económicas.

4.3 VIABILIDAD COMERCIAL

4.3.1 Segmentación de mercado

Dentro del marco comercial, este apartado se refiere a la capacidad de que el servicio que ofrece la empresa sea atractivo para el consumidor y que, de esta forma, sea económicamente sostenible en el tiempo. Los factores a considerar es la cantidad ofertada contra la cantidad demandada; en este punto debe existir una conexión entre los factores y que se complementen. En este sentido, la empresa **“DreamPet”**, cuyo lema es *“Porque tu mascota meceré una despedida digna”*, surge como una respuesta sensible y profesional ante una necesidad cada vez más reconocida dentro de la sociedad y es, ofrecer un servicio funerario para mascotas que permita brindar un cierre respetuoso. Así es como se origina el Plan de Marketing para conectar entre los productores del servicio y los consumidores.

La aceptación del servicio parte de un análisis detallado de los consumidores potenciales. A través de encuestas y entrevistas, se identificó que los principales clientes son personas entre 25 y 55 años de edad (representando el 66,67% de los encuestados), con un vínculo afectivo profundo hacia sus mascotas, a quienes consideran parte de su núcleo familiar. Además, se determinó que la mayoría de estos clientes viven en zonas urbanas de la provincia de Imbabura, donde hay mayor conciencia sobre el bienestar animal y apertura hacia servicios innovadores relacionados con el cuidado de las mascotas.

Adicionalmente, hay que considerara también los ingresos de la población y la capacidad de adquirir bienes o servicios. En la encuesta, la respuesta fue que más de la mitad de los mismos tenían ingresos superiores a los USD 400 al mes (con el 56,71%), siendo capaces de adquirir de los servicios que ofrece la empresa, desde su proforma

más económica hasta la más costosa. De esta forma es como se puede negociar y escalar en los servicios, hasta vender el máximo posible.

En función de estas características, el plan de marketing se orienta a conectar emocionalmente con los potenciales clientes, resaltando valores como el amor, el respeto, la memoria y el cierre emocional.

4.3.2 Plan de marketing

El plan de marketing de la empresa no se enfoca en la producción de bienes, sí en la de los servicios. Por tanto, aplicando la regla de las 7 P del marketing, planteadas por (McCarthy, 1960), en su libro “Marketing Básico: Un Enfoque Gerencial”, el servicio de la empresa funeraria para mascotas se dispone de la siguiente manera:

Primera P: Producto o Servicio

La empresa ofrecerá paquetes únicos y diferenciadores que van más allá del simple manejo del cuerpo de la mascota. Estos servicios han sido diseñados con base al análisis del entorno – PESTEL y las 5 Fuerzas de Porter – que revelaron una oferta limitada y poco especializada por parte de la competencia. Mientras otras empresas solo se enfocan en la cremación o entierro como procesos aislados, nuestros planes integran elementos conmemorativos, acompañamiento simbólico y personalización emocional, permitiendo a las familias rendir homenaje a sus mascotas de una forma más humana y significativa.

Cada plan responde a distintos niveles de necesidad emocional, económica y simbólica, asegurando una experiencia respetuosa y ética.

Plan Básico

El Plan Básico está diseñado para quienes desean brindar una despedida respetuosa y sencilla a su mascota. Consiste en los siguientes parámetros:

- Recolección y transporte del cuerpo de la mascota fallecida desde el lugar de su fallecimiento hasta las instalaciones de la empresa;
- Enterramiento del cuerpo de la mascota o cremación;
- En el caso de cremación, colocación de las mismas en una urna estándar.
- Certificado simbólico de despedida con el nombre de la mascota y fecha del servicio.

Plan Conmemorativo

El Plan Conmemorativo, es pensado para las familias que desean recordar a su mascota de una manera más simbólica, cuenta con agregados ceremoniales al Plan Básico; cuenta con los siguientes servicios:

- Recolección y transporte del cuerpo de la mascota fallecida desde el lugar de su fallecimiento hasta las instalaciones de la empresa;
- Enterramiento del cuerpo de la mascota o cremación;
- En el caso de cremación, colocación de las mismas en una urna personalizada;
- Ceremonia simbólica de despedida sencilla, realizada en un espacio de la empresa, o entrega de un “kit conmemorativo” que permite al cliente realizar la ceremonia en casa (vela, carta, marco de foto y guía de despedida).
- Tarjeta conmemorativa con imagen (si el cliente la proporciona) y mensaje personalizado.

Plan Premium

El Plan Premium es un servicio para personas que desean rendir un homenaje más ecológico a su mascota y consta de los siguientes servicios:

- Recolección y transporte del cuerpo de la mascota fallecida desde el lugar de su fallecimiento hasta las instalaciones de la empresa;
- Enterramiento del cuerpo de la mascota o cremación;
- En el caso de cremación, colocación de las mismas en una urna personalizada o árbol bonsái; en donde se colocará una placa metálica con el nombre de la mascota y un mensaje corto.
- Ceremonia Premium con video homenaje de la mascota y registro simbólico del árbol con coordenadas geográficas.

Cabe añadir que en todos los paquetes de la empresa cumplen con los principios y normativas corporativas como son:

- Alto estándar de atención al cliente;
- Manejo adecuado del protocolo sanitario y ambiental;
- Buzón de sugerencias y recomendaciones.

Segunda P: Precio

La estrategia de precios adoptada para este servicio será la fijación de precios por paquete, con diferenciación según el peso del animal, debido a que el tamaño y masa corporal de la mascota influyen directamente en el costo operativo del proceso (uso de horno crematorio, transporte y manipulación).

El precio de los servicios ofrecidos por la empresa puede variar de acuerdo al paquete escogido por el cliente, o si el cliente opta por contratar servicios de forma individual.

Contratación por paquete

Los servicios se agrupan en tres paquetes diferenciados por nivel de personalización y conmemoración: Plan Básico, Plan Conmemorativo y Plan Premium. Esta modalidad ofrece un descuento implícito en relación con la contratación individual de cada servicio, y puede variar el precio de acuerdo al peso del cuerpo de la mascota, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 46

Precios del servicio de la funeraria de mascotas

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DE LOS SERVICIOS FUNERARIOS (PVP)	
Tipo de plan	Precio
Plan básico	\$212.66
Plan Conmemorativo	\$241.75
Plan Premium	\$255.38

Elaborado por: Elaboración propia.

Los precios indicados en la tabla anterior corresponden a mascotas de tamaño mediano, es decir, aquellas cuyo peso está comprendido entre 11 kg y 25 kg. No obstante, para establecer una tarifa más justa y proporcional al uso de recursos (energía, espacio, transporte y manipulación), se ha definido una escala de precios en función del tamaño y peso del animal, clasificada en tres categorías:

- **Mascotas pequeñas (0 a 10 kg):** se aplicará una reducción aproximada del 5% sobre el precio promedio del plan correspondiente.
- **Mascotas medianas (11 a 25 kg):** mantienen el precio base presentado en la tabla, considerado como el promedio estándar.
- **Mascotas grandes (más de 25 kg):** se aplicará un incremento aproximado del 5% sobre el precio promedio del plan correspondiente.

Esta estructura tarifaria permite al cliente elegir un servicio acorde al tipo de homenaje que desea ofrecer a su mascota. Por apertura de las instalaciones en una fecha

determinada, se ofrecerá un 10% de descuento durante la primera semana de atención, en el plan más básico.

Contratación individual por servicio

Para quienes deseen contratar servicios específicos en lugar de un paquete completo, la empresa también ofrecerá precios por servicio individual. Esta opción permite personalizar la experiencia, pero no incluye los descuentos implícitos de los paquetes.

Tabla 47

Rango de precios

Servicio individual	Rango de precio
Recolección del cuerpo de la mascota	\$9
Entierro del cuerpo de la mascota	\$185.84
Cremación de la mascota	\$214.02
Urna simple	\$9
Urna personalizada	\$11
Certificado simbólico	\$4
Ceremonia o kit conmemorativo	\$27
Árbol bonsái	\$9
Placa metálica	\$5
Video homenaje	\$45
Álbum de fotos de la mascota	\$9
Tarjetas conmemorativas	\$5

Elaborado por: Elaboración propia.

Es posible evidenciar las ventajas económicas de contratar un paquete frente a la adquisición individual de los servicios. Por ejemplo, si un cliente decidiera contratar por separado los servicios, como la recolección del cuerpo de la mascota, la cremación, una urna simple y un certificado simbólico, el precio aproximado sería de \$236.02, y este

precio va en función al peso de la mascota. En cambio, al adquirir este conjunto de servicios a través del Plan Básico, el precio es de aproximadamente \$212.66, todo dependiendo del peso de la mascota; esto representa un ahorro promedio del 12%, y varía en función al plan a contratar.

Los paquetes brindan una experiencia más completa y organizada para despedir a la mascota, además de una mejor optimización de costos, lo que se traduce directamente en un beneficio económico para el cliente.

Además, se permitirá el pago por transferencia bancaria o efectivo, y se buscará firmar convenios con veterinarias para facilitar el pago anticipado o en conjunto con otros servicios veterinarios.

Beneficios para las veterinarias aliadas

Como parte de la estrategia de comercialización, se establecerán convenios con clínicas veterinarias y centros afines, que actuarán como canales aliados para la difusión y referenciación de nuestros servicios. Las veterinarias participantes obtendrán beneficios específicos tales como:

- Una comisión del 5% por cada servicio referido que se concrete, generando un ingreso complementario sin necesidad de asumir responsabilidades operativas.
- Material promocional gratuito (afiches, trípticos, tarjetas de contacto) para brindar información clara y directa a sus clientes.
- Descuentos especiales en servicios funerarios para casos internos o clientes frecuentes gestionados desde la veterinaria.

Tercera P: Plaza

La tercera P del plan de marketing se refiere a la capacidad de distribuir el servicio hacia los clientes de determinado territorio. De esta forma, se adoptará una

estrategia de distribución directa, desde la empresa hacia el cliente final y complementada por una distribución indirecta a través de intermediarios clave como son las veterinarias, ya que tiene como objetivo garantizar la disponibilidad inmediata del servicio en los momentos críticos, para ello se utilizará los siguientes canales de distribución:

Distribución directa

Atención al cliente

Para los dueños de mascotas, los canales de conexión para la distribución del servicio serán: atención al cliente por medios telefónicos convencionales; y, por medios digitales o Redes Sociales. Ahora, los criterios de atención son los siguientes:

1. Recoger el cuerpo de la mascota en menos de dos horas después de contratar el servicio, dentro del casco urbano de la ciudad de Ibarra;
2. El cliente podrá solicitar el servicio desde su domicilio o una veterinaria, ya sea por redes sociales o medios convencionales (WhatsApp y vía telefónica).

Distribución indirecta

En cuanto a las veterinarias, se firmarán convenios con veterinarias de Imbabura, para que estas actúen como intermediarios ofreciendo directamente el servicio en sus instalaciones. Se les entregará material visual, un catálogo con precios, condiciones de uso y un sistema de comisiones por venta.

Área de operaciones

El área de operaciones comprenderá la zona comprendida en la provincia de Imbabura, sobre todo en las cabeceras cantonales con mayor densidad poblacional como

son: Ibarra, Otavalo, Atuntaqui y Cotacachi. Se cubrirá también a ciudades como Urcuquí y Pimampiro, pero con un mayor tiempo de respuesta.

Las operaciones tendrán como base la zona industrial de la ciudad de Ibarra, desde donde partirán los operarios transportistas y será el lugar de entierro y cremado del cuerpo de la mascota fallecida.

Logística

El servicio contará con un vehículo propio adaptado con las condiciones requeridas: espacio refrigerado para conservar el cuerpo, compartimento separado entre cabina del conductor y área de transporte, cumplimiento de normativas ambientales y sanitarias. El equipo logístico operará de lunes a domingo, con turnos extendidos en horarios de alta demanda.

Cuarta P: Promoción

La estrategia promocional se centrará en dos públicos objetivos definidos:

1. Los dueños de mascotas (clientes finales),
2. Las veterinarias (canales de referencia y venta directa).

Promoción para dueños de mascotas:

- **Instagram y Facebook:** Se desarrollarán contenidos visuales que expliquen la importancia de brindar un cierre digno al ciclo de vida de una mascota.

Se hará uso de reels e historias emotivas con testimonios reales, videos del proceso (de forma respetuosa y simbólica), frases conmemorativas como: “Porque estuvo contigo siempre, merece una despedida digna”.

El objetivo es posicionar el servicio no como un producto, sino como una ayuda emocional en momentos difíciles.

- **Contenido emocional:** Se compartirán de forma voluntaria historias de clientes que hayan utilizado el servicio. Con fotografías respetuosas de las urnas o certificados entregados, se buscará generar conexión y confianza.
- **Contenido educativo:** En redes sociales, se publicarán guías y artículos breves sobre:
 - a) Cómo afrontar el duelo por una mascota.
 - b) Qué hacer cuando una mascota fallece en casa.
 - c) Beneficios de una despedida simbólica.

Promoción para veterinarias

- **Estrategias B2B:** Las clínicas veterinarias son un canal clave para la captación de clientes, ya que los dueños de mascotas suelen acudir a ellas cuando su animal está enfermo o ha fallecido. Por tanto, se aplicará una estrategia de marketing directo:
 - **Visitas presenciales:** Se realizará un cronograma de visitas a clínicas para presentar el servicio, responder dudas y entregar kits de bienvenida que incluyan:
 - a) Portafolio de servicios.
 - b) Modelo de urna física.
 - c) Catálogos de precios

Al convertirse en aliadas comerciales, las veterinarias obtendrán beneficios como comisiones por cada servicio contratado a través de su intermediación, acceso preferencial al servicio en situaciones urgentes, apoyo con materiales promocionales, y presencia conjunta en campañas de difusión.

- **Charlas en instituciones:** Se organizarán charlas informativas en instituciones de salud animal, universidades o colegios, con el objetivo de concientizar sobre la importancia del manejo ético del cuerpo de mascotas fallecidas, y presentar formalmente los beneficios de la alianza comercial.

Quinta P: Personas

Para la conformación de la empresa, el personal se capacitará en el direccionar al cliente en el duelo de la mascota, y el personal técnico en el protocolo sanitario y manejo de la misma. En este marco hay que considerar importante el servicio y atención al cliente como factor prioritario, observando siempre el trato humano compasivo y empático con los afectados por el duelo.

La persona encargada de las labores generales ejecutivas de la empresa es el Gerente, además del trato con los clientes, sobre todo en caso de conflictos internos o desacuerdos. Sin embargo, la persona gestora de atender al cliente de manera directa es el Gerente Operativo. Este funcionario guía al cliente en el mercado de los servicios empresariales y lo encamina a tomar la mejor decisión, en beneficio de él mismo y de la empresa. Sin embargo, las personas encargadas de ejecutar los procedimientos de los servicios de manera física son el Técnico funerario y el Asistente de Limpieza; estos colaboradores son los encargados del manejo del cuerpo de la mascota hasta el destino final que determine el cliente.

Cada colaborador deberá demostrar puntualidad, responsabilidad, discreción y sensibilidad, comprendiendo que el cliente atraviesa un momento emocionalmente complejo. La comunicación debe ser clara, serena y respetuosa, evitando expresiones frías o indiferentes, y adaptándose con tacto al estado emocional del cliente. Además, se fomentará una cultura organizacional basada en la empatía, la confidencialidad y la

excelencia operativa, de modo que cada interacción con el cliente fortalezca la reputación de la empresa como un espacio seguro y confiable para despedir dignamente a una mascota querida.

Todos los colaboradores estarán uniformados con ropa corporativa que incluya logo visible de la empresa, camisetitas o camisas tipo polo color sobrio (gris o azul oscuro), pantalón negro, guantes, mascarilla y credencial visible.

Sexta P: Proceso

El proceso de contacto y contrato del servicio funerario para mascotas es vía redes sociales, más específicamente con la llamada telefónica directa o mediante plataformas como WhatsApp. El Gerente Operativo, se encargará de ofrecer los distintos tipos de servicios que se disponen, promocionando los más económicos o los más valiosos según el requerimiento del cliente. Una vez contratado el servicio, se emite la factura y se procede al cobro por adelantado.

Al generarse el pago y el contrato de servicio, se genera la Orden de Trabajo con la que el Técnico funerario y el Asistente Sanitario proceden a ejecutar el servicio, mediante el protocolo y procedimiento orgánico de la empresa, de acuerdo al servicio contratado. Como siempre, en todo se prioriza el uso y control sanitario en cada una de las etapas.

Séptima P: Evidencia Física

La funeraria para mascotas cuenta con tres paquetes de servicio. Desde el servicio básico, se ofrecerá un suvenir recordando a la mascota fallecida. Así es como se entregarán suvenires conmemorativos de acuerdo a la siguiente tabla, por supuesto, con el consentimiento del cliente:

Tabla 48

Suvenires de los servicios

	Plan Básico	Plan Commemorativo	Plan Premium
Tarjeta conmemorativa de despedida		X	X
Álbum de fotografías de la mascota			X
Urnas simples o estándar	X	X	
Urnas personalizadas			X
Árbol bonsái		X	X
Carta de agradecimiento personal	X	X	X

Elaborado por: Elaboración propia.

Por supuesto, todos los suvenires ofrecidos tendrán como punto focal y predominante la figura e imagen de la mascota fallecida, con un pequeño relieve minimalista de la publicidad de la empresa.

4.4 VIABILIDAD TÉCNICA

La factibilidad técnica se basa en los recursos disponibles para realizar determinada acción o trabajo. La acción o trabajo de la empresa debe estar establecido por un Mapa de Flujo y, consecuentemente, con los recursos que necesita para llevar a cabo la actividad determinada.

4.4.1 Mapa del flujo de trabajo de la empresa

El Mapa de Flujo de trabajo está compuesto de dos partes: la definición de los conceptos del diagrama y los conceptos distribuidos en el mismo diagrama.

Definición de conceptos del diagrama

Tabla 49

Conceptos del diagrama de flujo

Concepto	Definición
<i>Contratación de SFM</i>	Es la contratación, por parte de particulares, a los Servicios Funerarios de Mascotas. (SFM)
<i>Traslado del cuerpo de la mascota por parte del dueño de la mascota</i>	Es el traslado del cuerpo de la mascota desde su sitio de muerte a las instalaciones de la empresa por parte de su dueño.
<i>Recepción del cuerpo de la mascota en la empresa</i>	Es el procedimiento encargado de la recepción del cuerpo de la mascota en la empresa.
<i>Preparación del cuerpo de la mascota Protocolo biosanitario.</i>	Son los procedimientos necesarios para el manejo del cuerpo de la mascota (en este caso “Desechos Sanitarios Peligrosos”), según la normativa estandarizada por la legislación del Ecuador.

<i>Traslado al sitio de fallecimiento</i>	Es el traslado de los equipos, herramientas, insumos y personal de la empresa hacia el lugar de fallecimiento de la mascota para retirarlo
<i>Traslado del cuerpo de la mascota a la empresa por parte del personal de la empresa.</i>	Es el traslado de la mascota fallecida hacia las instalaciones de la empresa con las debidas medidas bio sanitarias.
<i>Limpieza integral del vehículo</i>	Lavado del interior del vehículo con los productos desinfectantes para sanear el vehículo de transporte de los cuerpos de las mascotas.
<i>Desecho de material bio sanitario</i>	Es el correcto desecho de los insumos consumibles que se utilizaron para el traslado de la mascota fallecida (Guantes, gorro, mandil, etc.)
<i>Parqueo</i>	Es el parqueo el vehículo utilizado para el transporte de mascotas fallecidas, estando listo para un nuevo traslado.
<i>Mesa de espera. Zona de tránsito del cadáver.</i>	Es la mesa, o lugar, en donde reposa el cuerpo de la mascota fallecida antes de que el cliente decida si va a ser cremado o enterrado.
<i>Emplástico del cadáver.</i>	El emplástico del cuerpo de la mascota sucede cuando se ha decidido enterrar al cuerpo de la mascota y se lo coloca en una funda roja.
<i>Enterramiento</i>	Es el proceso en el que se coloca el cuerpo de la mascota encajonada en su fosa.

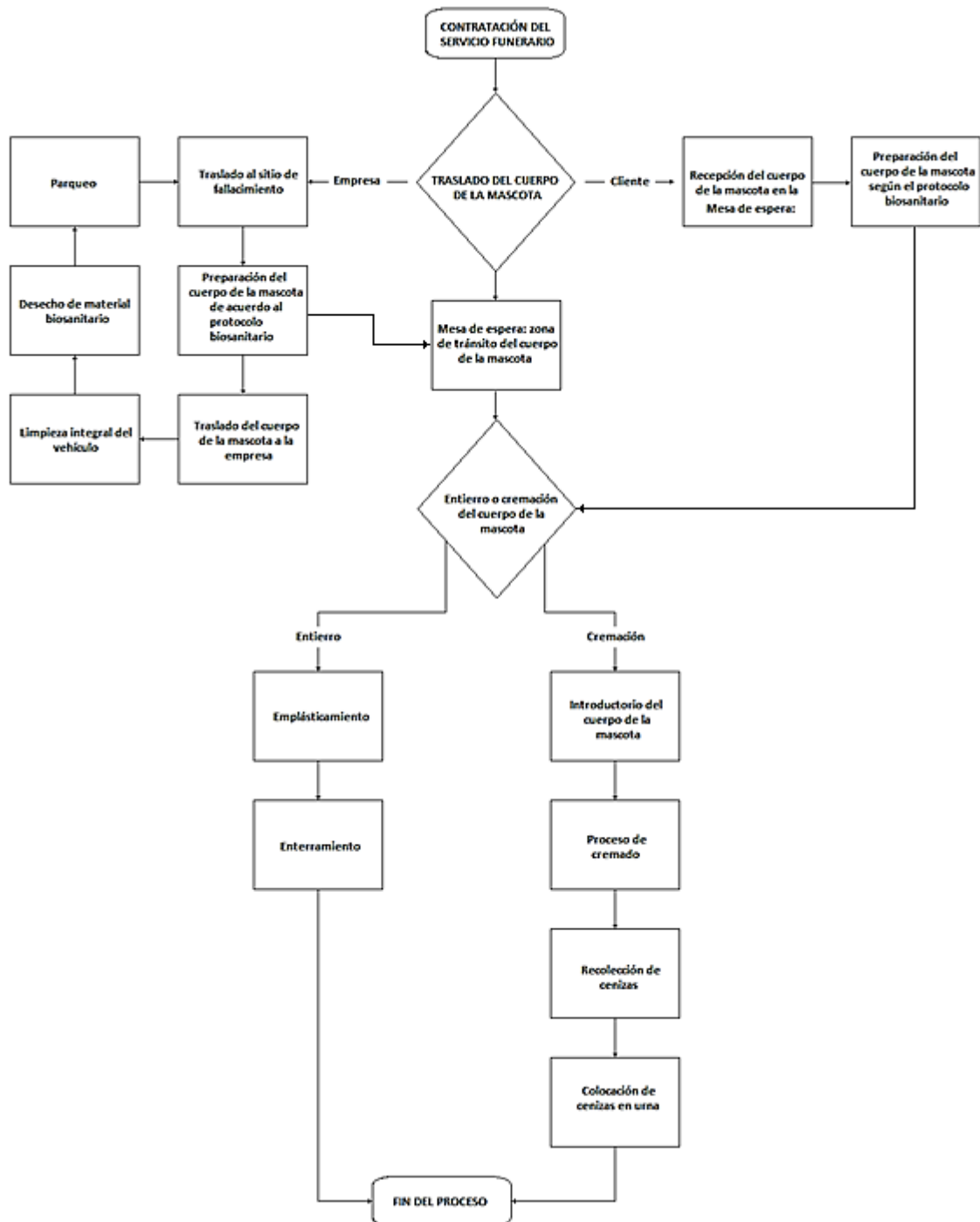
<i>Introducción del cuerpo de la mascota fallecida</i>	Es el procedimiento con el que los restos de la mascota se introducen en la cámara crematoria, sin que existan contaminantes adicionales.
<i>Proceso de cremación</i>	Es el periodo de tiempo en que el cuerpo de la mascota se convierte en cenizas.
<i>Recolección de cenizas</i>	Es la actividad de recoger las cenizas de la mascota, con el uso de las herramientas adecuadas.
<i>Colocación de cenizas en una urna</i>	Es la colocación de las cenizas de la mascota en la urna escogida por el cliente.
<i>Fin del proceso</i>	Fin de las acciones y servicio de la empresa

Elaborado por: Elaboración propia.

Diagrama del Flujo de Trabajo de la empresa

Figura 7

Diagrama de flujo de la empresa



Elaborado por: Elaboración propia.

Protocolo sanitario

El protocolo sanitario es un conjunto de procedimientos para realizar una actividad con los debidos controles y regulaciones sanitarias establecidas en una región por las leyes orgánicas del país. Para lo pertinente, este es el conjunto de procedimientos sanitarios que se realizan para el manejo de los cuerpos de las mascotas. Este manejo tiene tres puntos: 1, el personal que interactúa con la mascota fallecida; 2, el manejo del cuerpo de la mascota fallecida; y, 3, la limpieza que se realiza a las herramientas, equipos, insumos y materiales que se ocupan para realizar la actividad.

Del personal:

El personal que maneja los cuerpos de las mascotas fallecidas deberá estar dotado de:

1. Mandil sanitario desechable;
2. Pantalón sanitario desechable;
3. Botas de caucho;
4. Guantes de látex;
5. Mascarilla, preferentemente del tipo N95;
6. Gorra sanitaria desechable;
7. Rociador de alcohol antiséptico al 70%, en una cantidad de 1000ml.

Para el manejo del desecho:

1. El cuerpo de la mascota debe ser rociado, completamente, con alcohol antiséptico al 70%;
2. El cuerpo de la mascota debe ser depositado dentro de una bolsa plástica de polietileno de baja densidad, color rojo, con amarre tipo botella;
3. Sellado y etiquetado de la funda con el residuo, con los datos respectivos de la persona responsable del cuerpo de la mascota;
 - a. Nombre de la mascota;
 - b. Número de identificación de la mascota, de ser necesario;

- c. Nombre completo del dueño;
- d. Cédula de identidad del dueño;
- e. Número de teléfono;
- f. Nombre de la empresa que brinda el servicio funerario, junto con su dirección y teléfono.

De los equipos e insumos para el manejo de desechos:

1. El vehículo que transporte desechos sanitarios peligrosos deberá ser desinfectado con cada traslado;
2. Los materiales utilizados desechables deberán ser colocados en una funda de color rojo para su desecho y esta deberá ser entregada al gestor ambiental asignado;
3. La limpieza de las herramientas e insumos menores deberán ser desinfectadas con gel o alcohol antiséptico.

4.4.2 Recursos para el funcionamiento de la empresa

Para el funcionamiento de la empresa, necesita de recursos; estos recursos son de tres tipos: materiales, humanos e intelectuales. Los materiales son todos los artificios mecánicos con los que cuenta la empresa para agilizar, potencializar, precisar y realizar las tareas que ofrece la empresa. Los humanos son los individuos capacitados en el oficio de la empresa que, mediante el uso de los demás recursos, satisface las necesidades de los clientes. Finalmente, los intelectuales son las capacidades, facultades, mentales y cognitivas que los seres humanos disponen para alcanzar sus metas u objetivos empresariales.

Recursos materiales

Los recursos materiales pueden ser de dos tipos: los inmuebles y los muebles. Los inmuebles son terrenos o edificios que no pueden ser removidos de su ubicación. Los muebles son, por el contrario, los bienes que pueden ser trasladados de un lugar a otro.

Inmuebles

Terreno

Las actividades de la empresa necesitan de los siguientes espacios: 1, oficina, 2, baños; 3, estacionamiento; 4, sala de velaciones; 5, cuarto de máquinas y crematorio; 6, zona de tránsito vehicular; 7, cementerio y espacio verde.

La oficina es el espacio donde funciona el área administrativa de la empresa y se maneja la parte financiera y operativa; su área es de 12 x 5 metros. La sala de crematorio es el lugar donde la máquina encargada de cremar los cuerpos opera; su área mínima es de 12 x 5 metros. El patio y la entrada principal al complejo de la empresa cuenta con un área de patio y estacionamiento para los vehículos. El área de estacionamientos cuenta con 3 estacionamientos de 4 x 3 metros. La sala de velaciones es el lugar donde se prepara la ceremonia para la mascota; su área es de 12 x 5 metros. Finalmente, el área de cementerio es el lugar donde se entierra los restos del cuerpo de la mascota; el área es de 45 x 45 metros, con nichos de 1.2x0.8, con caminos separadores de 1,5m: un total de 460 nichos. También se incorporó nichos verticales a los lados del terreno que albergarán un total de 400 nichos adicionales para resguardar urnas.

La inversión aproximada de un terreno de estas características es de 50 dólares por metro cuadrado, dando un total presupuestado de 101.250,00 dólares.

Edificio

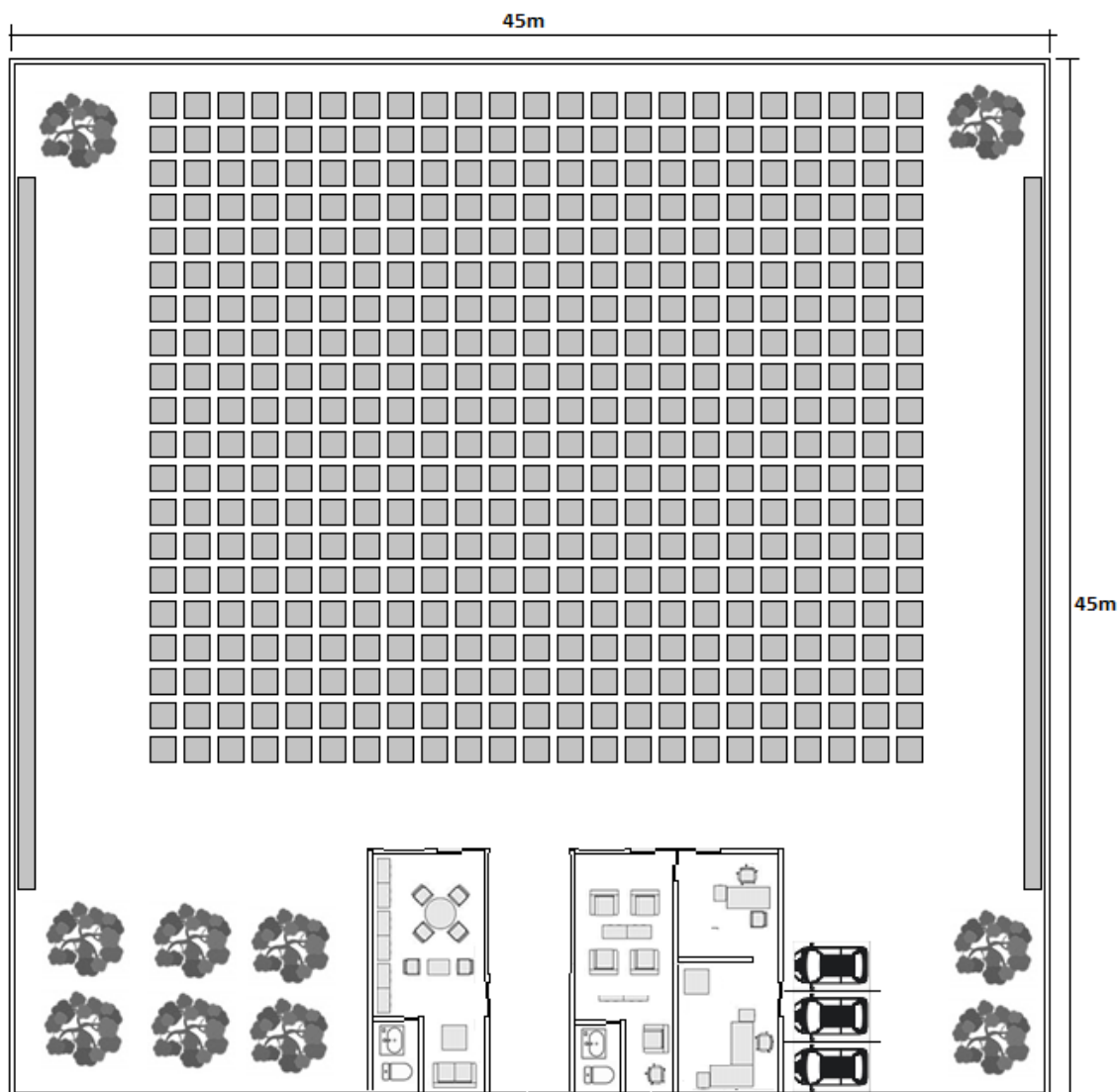
Las áreas de edificios del complejo constan: la oficina, la sala de crematorio y postcrematorio, y, la sala de velaciones; total son: 180 metros cuadrados. El costo del metro cuadrado de construcción medio, según la Cámara de Comercio de Ibarra es de

aproximadamente 450 dólares (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2025).

Siendo así, el costo total del edificio del complejo es de 81.000,00 dólares.

Figura 8

Plano de edificio y terreno



Elaborado por: Elaboración propia.

Muebles

Los muebles de la empresa pueden ser de tipo no consumibles y consumibles.

Los no consumibles son aquellos que no se agotan tras su primer uso. Los consumibles, por el contrario, son los que se agotan en su primer uso, como los guantes, mascarilla,

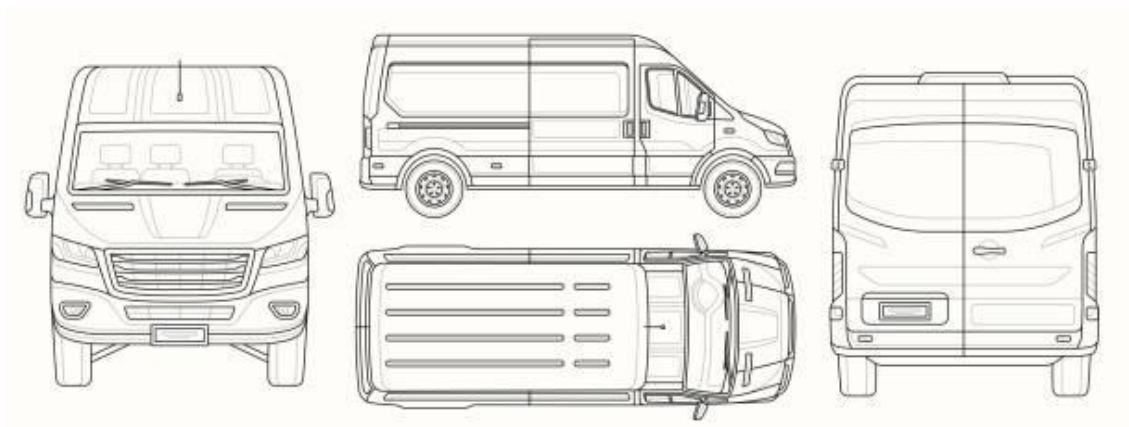
artículos desechables, etc. Los muebles también pueden clasificarse en: maquinaria, vehículos, herramientas e insumos.

Vehículo

El vehículo es necesario para el traslado del cuerpo de la mascota, desde el lugar de su muerte hasta el lugar de velación y posterior enterramiento y/o cremación. El tipo de vehículo que se prevé es del tipo “VAN”, es decir, un vehículo tipo furgoneta de medidas aproximadas de 2 metros de ancho, 5 metros de largo y 2 metros de alto, como lo muestra la siguiente gráfica:

Figura 9

Vehículo de la empresa



Nota: (Shutterstock, 2025)

La marca del vehículo que tiene previsto la empresa adquirir es una furgoneta del tipo económico de marca DFSK, modelo Cityvan C35, con un costo de 18.000 dólares de la casa comercial Automekano, ubicada en la ciudad de Quito Ecuador (Automekano, 2025).

Máquina crematoria y sus herramientas

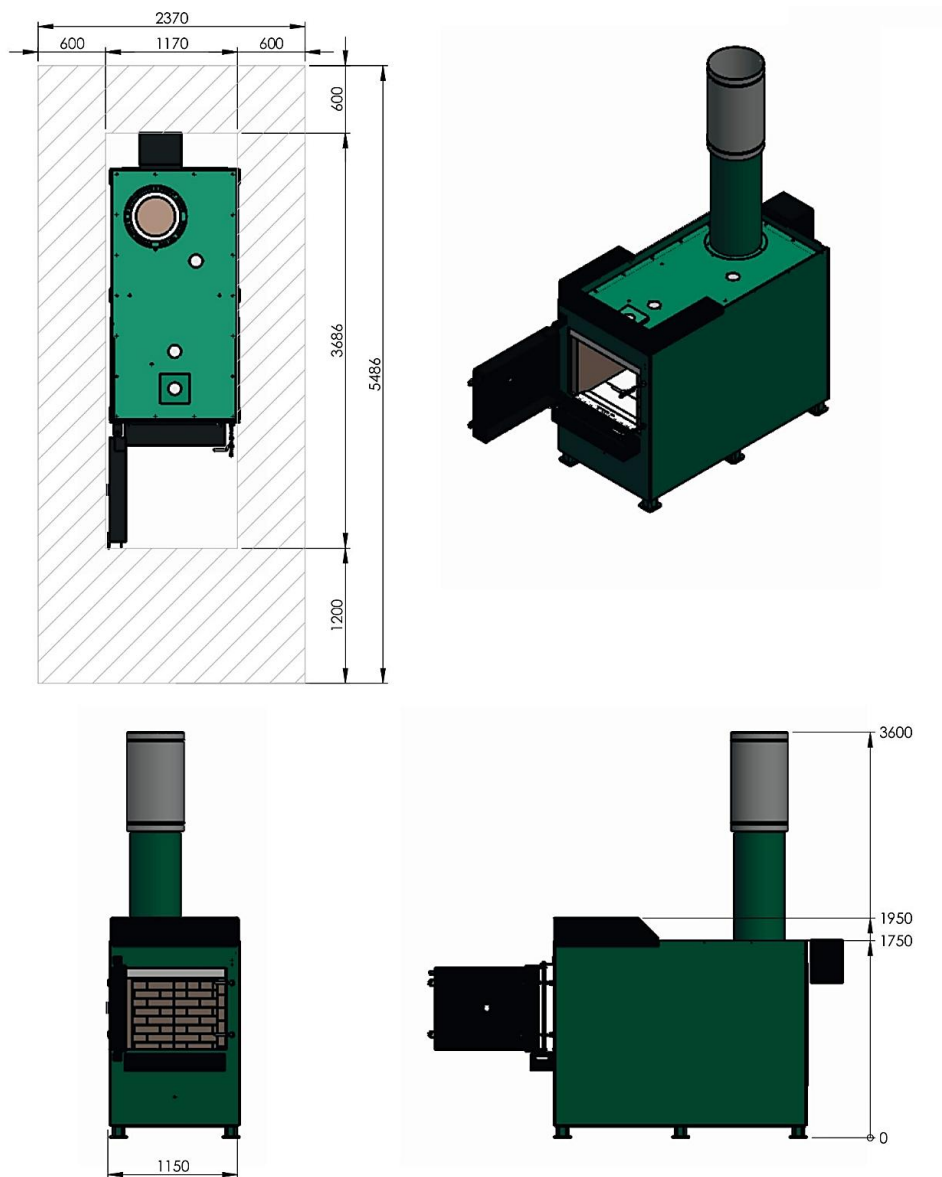
La máquina crematoria es el corazón fundamental de la empresa; es quizá, el principal servicio que se ofrecerá. Por esta razón es que se ha pensado en la El Pet crem

200 de addField. Este es un horno de carga frontal con un tamaño de cámara de 1,2 m, esta máquina; es ideal para animales domésticos, aves, gatos y perros. Con esta tecnología de calentamiento de la parte inferior está diseñado para dar una cremación limpia y eficiente. El consumo de la maquinaria es de 1,79 galones de diésel, para cremar perros de más de 40kg. en una hora, aproximadamente. Su tamaño es de 1,2 m de ancho por 3,6 m de alto, más 3,6m de alto; el área de espacio de uso debe ser de 5x2m.

Este tipo de maquinaria porque cuenta con las certificaciones de calidad y ambientales (ISO 9001 e ISO 14001, respectivamente) que son norma y requisito para el funcionamiento de locales de esta categoría en cada Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la provincia de Imbabura.

Figura 10

Plano de máquina crematorio



Nota: (Addfield, 2025).

Esta máquina es la más conveniente por su funcionamiento a Diésel, Gasolina o Gas Natural.

Herramientas

Además de la máquina crematoria ya mencionada anteriormente, se necesitan herramientas adicionales para el manejo de los cuerpos y residuos:



Mesa elevadora hidráulica



Herramientas para extracción de las cenizas

Procesador de Cenizas
(Cremulador)

Nota: (Addfield, 2025)

La Mesa Elevadora es la herramienta que está dispuesta para el manejo del cadáver de la mascota y depositarla en el horno crematorio. Por otra parte, las herramientas de extracción de cenizas sirven para manipular los restos pulverizados de la mascota y trasladarlos hasta la última herramienta: el Cremulador. En el Cremulador, o procesador de cenizas, es aquel capaz de recoger las cenizas para trasladarlas a una urna o un depósito para resguardo de las mismas.

Tanque de combustible

El tanque de combustible, en conjunto con su kit de bombeo, es necesario para la compra de combustible del tipo diésel en las Estaciones de Servicio.

*Figura 11**Tanque de combustible*

Nota: (Amazon Inc. , 2025).

Insumos No consumibles

Personales

Los insumos no consumibles son los que no se extinguen con su primer uso y pueden ser reutilizados. En este caso, los no consumibles personales son: gafas protectoras, traje impermeable, botas impermeables, guantes de hule. Estos insumos son los necesarios, en cuanto a las necesidades de la empresa, para el lavado y la impermeabilización de la maquinaria, vehículos y herramientas para llevar a cabo los servicios.

Tabla 50

Insumos de seguridad personal

Artículo

Fotografía

Gafas protectoras



Traje impermeable



Botas impermeables



Guantes de hule



Elaborado por: Elaboración propia.

Para la limpieza

Las herramientas para la limpieza son la hidrolavadora profesional y su kit de limpieza agregado, además de la balanza para el pesaje.

Tabla 51

*Herramientas***Artículo****Fotografía**

Hidrolavadora profesional



Kit de limpieza



Balanza para pesaje del cuerpo de mascota

**Elaborado por:** Elaboración propia.**Insumos consumibles**

Los insumos consumibles que necesita la empresa son los que sirven en su primer uso para luego ser desechados. En este caso son: mascarilla, guantes de látex, ropa sanitaria desechable, alcohol antiséptico, fundas rojas sanitarias, papel sanitario industrial. Hay que hacer énfasis en las fundas desechables rojas porque son en estas en


las que se almacenarán los cadáveres de las mascotas antes de ser cremadas o enterradas, según la “Guía Interna de Desechos Generados en Veterinarias de Animales Menores”, promovida por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador. Estas fundas plásticas deben de ser (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2020):

- Medidas superiores a: 59 x 60 cm;
- Grosor: 40 micrones;
- Espesor: 14mm.;
- Cierre tipo corbata.

Adicionalmente, según la misma guía del Ministerio de Salud Pública, la funda debe estar rotulada de acuerdo al Anexo 2 de los Modelos de Etiquetación para la gestión interna (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2020):

Figura 12

Modelo de etiqueta

¡PRECAUCIÓN!	
	
DESECHO BIOLÓGICO INFECCIOSO	<input type="checkbox"/>
DESECHO CORTO PUNZANTE	<input type="checkbox"/>
DESECHO ANATOMOPATOLÓGICOS	<input type="checkbox"/>
Establecimiento de salud.....	
Servicio:	
Fecha:	
Peso:	

Nota: (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2020)

Figura 13

Figuras de implementos sanitarios

Mascarilla



Guantes de látex



Ropa sanitaria desechable



Antiséptico



Fundas rojas sanitarias



Papel sanitario industrial



Elaborado por: Elaboración propia.

Combustible del tipo diésel

Finalmente, la máquina principal – el horno crematorio – funciona con un promedio de 1,72 galones la hora.

Figura 14

Símbolo del diésel



Nota: (Vecteezy, s.f.)

Recursos humanos

Para el funcionamiento de la empresa se prescinde de siete personas: tres en el campo administrativo y cuatro entre operarios y asistentes.

En el área administrativa se necesita: el Gerente, encargado de la representación de la empresa y la autoridad máxima de la misma; el gerente financiero, en cargo de la contabilidad de la empresa y sus finanzas; el gerente operativo, en cargo de la atención al cliente en cuanto al objetivo general de la empresa que son los servicios funerarios en sí. El gerente operativo estará encargado de dos personas operativas: el Técnico funerario que es el responsable de los activos de la empresa como el vehículo y la maquinaria; el asistente sanitario se encarga de apoyar al Técnico funerario en su gestión, además de mantener la maquinaria, herramientas e insumos limpios.

4.5 VIABILIDAD OPERATIVA

La factibilidad operativa es el periodo en que necesita la empresa para ser constituida, tanto en el ámbito jurídico como en el aspecto técnico – físico. Mediante el Diagrama de Gantt, se hace una cronología de los hitos y sucesos que acontecen antes de que la empresa esté lista para iniciar sus operaciones. Por tanto, para constituirse como empresa se necesita: 1, la constitución jurídica; 2, la adquisición del terreno y construcción del edificio; 3, importación de la maquinaria; y, 4, adquisición de vehículo, equipos, herramienta e insumos adicionales.

4.5.1 Constitución jurídica de la empresa

Con la ayuda de un abogado auspiciante, se establece, en conjunto con los socios de la empresa, la Minuta de Constitución y el Nombramiento del Representante Legal y el Gerente de la empresa. Su cronograma es el siguiente, con un término de espera máximo de dos meses: 1, emisión de minuta de constitución; 2, emisión de minuta de representante legal; 3, ingreso de datos de la empresa en página WEB; 4, presentación de documentos; 5, pago de tasas; 6, aceptación de condiciones de uso; 7, firma de escritura; y, 8, legalización de escritura en Registro Mercantil.

4.5.2 Adquisición de terreno y construcción de edificio

Para el establecimiento de la empresa es necesario un local físico. Para ello se ha pensado en la adquisición y construcción del edificio con la ayuda de un profesional pertinente. Su cronograma de actividades es el siguiente, con un término de tardanza de tres meses: 1, compra de terreno; 2, pago de tasas y gravámenes impositivos; 3, firma de escrituras; 4, legalización en Registro Mercantil; 5, definición del proyecto constructivo;

6, planificación del proyecto constructivo; 7. ejecución del proyecto constructivo; 8, control; y, 9, cierre

4.5.3 Importación de maquinaria

Para la importación de la maquinaria se ha contratado a un Courier y su costo lo asumirá el presupuesto general de la empresa. No obstante, habrá que realizar y solventar los siguientes trámites establecidos en el siguiente cronograma de actividades, de acuerdo al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE): 1, contratación de servicio de Courier; 2, entrega de documentos; 3, facturación; 4, conocimiento de embarque; 5, presentación de documentos de control; 6, declaración aduanera; 7, pago de impuestos; 8, liberación de maquinaria importada; 9, entrega de maquinaria

Adicionalmente, se adjunta la proforma de la maquinaria y el pago del Courier para que la maquinaria hasta el puerto de Guayaquil (ver anexo 7).

4.5.4 Adquisición de vehículo, equipo, herramientas e insumos adicionales

La adquisición del vehículo, equipo, herramientas e insumos adicionales no implica mayor gestión. Este paso es netamente una transacción comercial entre el comprador (la empresa) y los vendedores (los proveedores). En el siguiente proceso se reflejan los tiempos de adquisición: 1, adquisición de vehículo de trabajo; 2, adquisición de equipo de trabajo; 3, equipo de limpieza; 4, adquisición de herramientas; 5, adquisición de insumos de limpieza; y, 6, adquisición de insumos de limpieza personales.

4.6 VIABILIDAD AMBIENTAL

4.6.1 Ubicación

El proyecto está ubicado en la siguiente, dentro del territorio del Ecuador, como lo muestra las siguientes tabla y gráfica:

Tabla 52

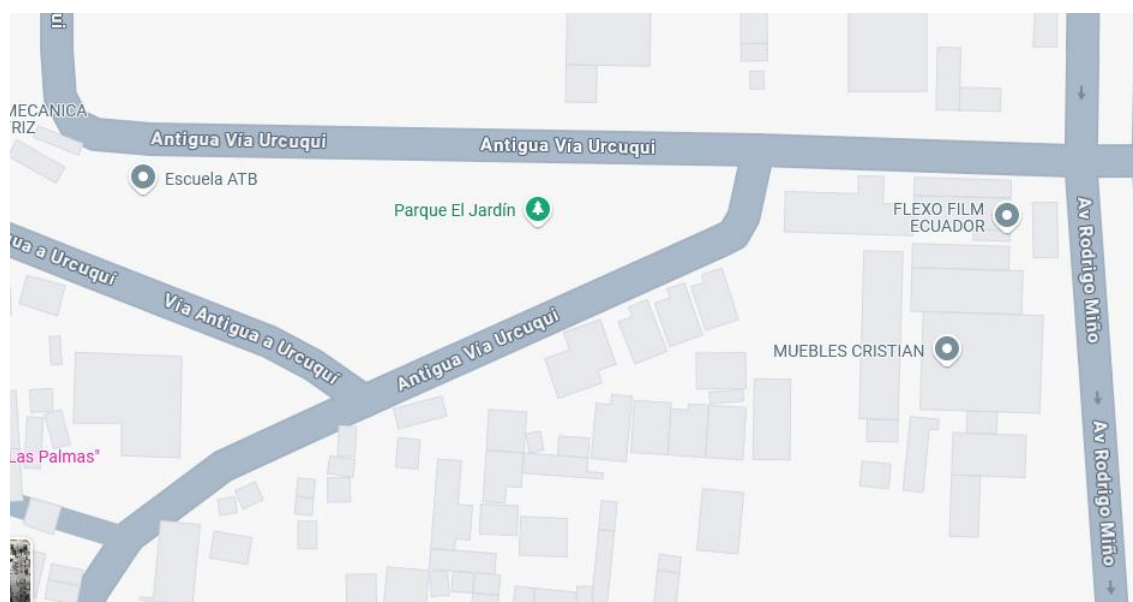
Ubicación del proyecto

País	Ecuador
Provincia	Imbabura
Cantón	Ibarra
Zona	Industrial
Calles	Av. Fray Vacas Galindo y Av. Rodrigo Miño, antigua vía a Urcuquí.

Elaborado por: Elaboración propia.

Figura 15

Mapa del lugar del proyecto



Elaborado por: Elaboración propia.

4.6.2 Datos geográficos y poblacionales del proyecto

Adicional a la ubicación del proyecto, la siguiente tabla muestra datos del sitio donde se ubica el proyecto:

Tabla 53

Datos demográficos

Datos	Detalle	Fuente
Coordenadas aproximadas	0,356791, -78,137764	(Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra , 2025)
Superficie	1093 km ²	(Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra , 2025)
Altitud	Mínima: 500 m.s.n.m. Media: 2.529 m.s.n.m. Máxima: 4.557 m.s.n.m.	(Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra , 2025)
Clima	Día: entre 15° a 35° Noche: entre 4° a 12°	(Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra , 2025)
Población	217.469	(Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra , 2025)
Índice de desarrollo Humano (IDH)	0.789 (7.º) – Alto	(Pontificia Universidad Católica de Quito PUCE, 2019)

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra , 2025);

(Pontificia Universidad Católica de Quito PUCE, 2019).

Elaborado por: Elaboración propia.

4.6.3 Categorización ambiental del proyecto

De acuerdo a la “Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas”, reglamentada por él (Ministerio de Ambiente, 2025), la operación para la funeraria para mascotas es la siguiente: “Actividades de sepultura e incineración de cadáveres humanos o animales y actividades conexas: preparación de los despojos para su inhumación o cremación y servicios de embalsamiento y otros servicios de pompas fúnebres; prestación de servicios de inhumación y cremación, alquiler de locales especiales en funerarias”, cuyo código es: S9603.01.

4.6.4 Actividades del proyecto

La empresa ofrece el servicio de funeraria para el enterramiento de mascotas domésticas fallecidas o la cremación de las mismas, junto con la entrega de las cenizas en una urna.

Descripción del proyecto

El proyecto de la empresa funeraria tiene dos tipos de protocolos para la consecución de los objetivos de servicio: el protocolo principal y los protocolos secundarios. El protocolo principal se refiere a los pasos y procedimientos para la concreción de los objetivos primarios de la empresa: enterramiento y crematorio del cuerpo de la mascota.

Protocolo principal

Enterramiento del cuerpo de la mascota

1. Contratación del servicio funerario;
2. Activación del protocolo sanitario Sistema de Gestión de Seguridad Industrial de la Empresa (SISO);
3. Equipamiento del personal operativo con:

- a. Indumentaria protectora biosanitaria;
 - i. Gafas protectoras;
 - ii. Indumentaria sanitaria;
 - iii. Guantes aislantes;
 - iv. Botas de caucho;
 - b. Herramientas para el manejo del cuerpo fallecido de la mascota;
 - i. Gel o alcohol desinfectante;
 - c. Insumos consumibles sanitarios para el levantamiento del cadáver;
 - i. Funda roja biosanitaria con leyenda y con cerradura tipo botella;
 - ii. Funda negra impermeable;
4. Levantamiento del cuerpo de la mascota;
- a. De detectarse que la mascota murió con enfermedad transmisible, se le aplica al cuerpo un agente desinfectante como gel o alcohol al 75%;
 - b. Si no es el caso de enfermedad transmisible, el cuerpo de la mascota es colocado dentro de una funda plástica de color rojo y la misma es sellada;
 - c. La funda roja es colocada dentro de la funda negra impermeable para más seguridad;
5. Traslado del cuerpo de la mascota;
- a. El cuerpo de la mascota es conducido a la bandeja de acero que está dentro del vehículo de transporte de la empresa;
 - b. Se traslada a la mascota hasta la empresa funeraria;
6. En caso de enterramiento, se cava un nicho en el espacio del cementerio de mascotas de la empresa cuyas dimensiones son las siguientes: 2m de

- profundidad, 1 de ancho y 1 de largo; de ser necesario, las medidas pueden aumentar en ancho y largo dado el tamaño de la mascota;
7. En la base del nicho se esparce Oxido de Calcio (CaO) – o comúnmente llamada cal – para evitar la posible contaminación del suelo con los lixiviados producidos por el cuerpo de la mascota, en caso de rotura de las fundas roja y negra;
 8. Rellenado del nicho y colocación de la placa identificativa;
 9. Desinfección de equipo, herramientas e insumos usados por parte de los operarios del proceso;
 10. Cierre del protocolo sanitario SISO al quitarse los elementos biosanitarios por parte de los operarios y desinfección de sus manos con el uso de gel desinfectante;

Cremación del cuerpo de la mascota

En el caso de cremación de la mascota, el protocolo cambia en el paso número 6 y se procede a la cremación:

6. En el caso de cremación, el cuerpo de la mascota es conducido a la mesa post crematoria y colocado en la bandeja de acero inoxidable;
7. Se pesa a la mascota;
8. Se inicia el protocolo de activación del horno crematorio;
 - a. Se calcula, de acuerdo al peso del cuerpo de la mascota, el tiempo de cremación;
 - b. Se coloca el combustible a la maquinaria (en este caso, diésel);
 - c. Se enciende la maquinaria después de comprobar que no existan objetos no pertinentes en el horno;
 - d. Se inicia el proceso de precalentado;

9. Se introduce el cuerpo de la mascota en el horno, con la bandeja de acero;
10. Cumplido el tiempo de cremado, se abre el horno y se recogen las cenizas con el uso de las herramientas;
11. Colocación de las cenizas en urna escogida por el cliente;
12. Cierre del protocolo sanitario SISO al quitarse los elementos biosanitarios por parte de los operarios y desinfección de sus manos con el uso de gel desinfectante.

Protocolos adicionales

Los protocolos adicionales se refieren a los procedimientos adjuntos que se realizan para la concreción de los objetivos de la empresa. Estos procesos adjuntos son los propios internos de la empresa y los externos. Los procesos internos son: el manejo de la máquina incineradora, manejo de elementos sanitarios consumibles y no consumibles y, protocolo de reciclaje y residuos.

Manejo de la máquina incineradora

Para el manejo de la máquina incineradora son necesarios requisitos previos indispensables que deben conocer los operarios; estos son:

1. Capacitación del personal en el manejo e instrucciones de la maquinaria;
2. Capacitación en la reparación y mantenimiento de la maquinaria;
3. Capacitación en la recarga de combustible;
4. Capacitación para el registro de las operaciones y uso de la maquinaria.

Con los anteriores conocimientos previos, los operarios están capacitados en la operación de la máquina de cremado.

Protocolo de consumo de combustible

La Agencia de Regulación y Control de Hidrocarburos (ARSA) reglamenta el consumo de combustibles – como el diésel – en maquinaria como la que el horno crematorio PET200 necesita para su funcionamiento. Por tanto, según el Reglamento de Operaciones Hidrocarburíferas (Gobierno del Ecuador, 2025), la empresa funeraria de mascotas necesita de un permiso para la compra de combustible.

La máquina crematoria PET200 utiliza 1,72 galones por hora de uso. Por tanto, en un mínimo de 5 horas de uso, se necesitarían 8,6 a 9 galones diarios. Por tanto, la empresa funeraria necesita un permiso de tipo industrial.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.7.1 Inversión Inicial

Con base en el Estudio de Viabilidad Técnica y Operativa, se identificaron los recursos y procesos necesarios para la consecución de la empresa funeraria de mascotas “DreamPet” Cía. Ltda. Los datos que se obtuvieron fueron los siguientes:

Tabla 54

Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
ACTIVOS FIJOS	
TERRENO Y EDIFICACIONES	VALOR TOTAL
Terreno	\$101.250,00
Edificio	\$81.000,00
SUBTOTAL	\$182.250,00
VEHÍCULOS Y EQUIPOS TÉCNICOS	
Vehículo	\$18.999,00
Maquinaria (Crematorio)	\$64.833,64
Maquinaria (Tanque de combustible)	\$2.325,00
SUBTOTAL	\$86.157,64
HERRAMIENTAS Y EQUIPO DE OFICINA	
Herramientas (Balanza)	\$150,00
Herramientas (Hidrolavadora)	\$3.447,70
Herramientas (kit de limpieza)	\$150,00
Equipo de oficina	\$2.000,00
Muebles de oficina	\$600,00
Inventario	\$1.000,00
Indumentaria industrial termica	\$300,00
Indumentaria industrial biosanitaria	\$300,00
Insumos consumibles	\$100,00
SUBTOTAL	\$8.047,70
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$276.455,34
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Licencia Ambiental	\$3.000,00
Permiso de uso de combustible (ARSA)	\$2.000,00
Permisos del GAD de San Miguel de Ibarra	\$2.000,00
Prima de seguro anual	\$3.353,30
Personería Jurídica	\$2.000,00
SUBTOTAL	\$12.353,30
CAPITAL DE TRABAJO	
Capital de trabajo	\$39.891,36
SUBTOTAL	\$39.891,36
TOTAL INVERSIÓN	\$328.700,00

Elaborado por: Elaboración propia.

En la cuenta de Activos encontramos los Fijos y los Gastos de Constitución. Entre los primeros están los Bienes Inmuebles, los Vehículos y Equipo Técnico, y, Herramientas y Equipo de Oficina. Los Gastos de Constitución terminan de cerrar la cuenta. Cabe señalar que es importante la compra del terreno y edificio de la empresa porque es el lugar donde se harán los entierros de las mascotas, además el mobiliario y equipos de computación. Otra adquisición imprescindible es la compra del vehículo para el transporte de la mascota fallecida y la máquina crematoria que cumpla las normativas de calidad ISO9001 e ISO4001. Más en detalle, también, se considera la compra de los suvenires para los clientes, de acuerdo a cada uno de los planes creados por la empresa. El propósito es brindar el mejor servicio y destacar como la empresa líder en el mercado local.

4.7.2 Población Objetivo

El Estudio de Mercado determinó que, en la provincia de Imbabura, existen alrededor de 61.396, según el censo poblacional del 2020. Es decir, la demanda total, aunque potencial, del servicio de funeraria para mascotas es de 61.396. Sin embargo, no todos los dueños de mascotas que viven en un hogar están dispuestos a pagar por el servicio. Para el Estudio de Mercado realizado, sólo el 66% estaría dispuesto a contratar dicho servicio (Estudio de Mercado, encuesta, pregunta 18); es decir que: la demanda del servicio de funeraria de mascotas es de 40.256,00. Sin embargo, esta demanda sólo se puede activar con el fallecimiento de la mascota. Por tanto, se debe determinar la Tasa de Mortalidad de mascotas.

Según el estudio publicado por la revista de la Universidad de Chile (*Avances en Medicina Veterinaria*, 2024), la Tasa de mortalidad anual de las mascotas es del 16,5%.

Si aplicamos la Tasa de Mortalidad Anual de las Mascotas al total del número de mascotas con dueños dispuestos a pagar por servicios funerarios, la cantidad de

mascotas fallecidas en la provincia de Imbabura es de 6.441; es decir que, al mes, mueren 537, mensual.

Ahora, si consideramos que hay un total de 4 empresas funerarias en la localidad de Ibarra, en promedio al mes, cada empresa tendrá una demanda de 134 mascotas, es decir, clientes diarios.

Sin embargo, en el Estudio de Mercado, se determinó que la veterinaria "Wasi Vet" crema, alrededor, de 5 perros a la semana. Esta información, más cercana a la realidad, confirma que es probable que exista un porcentaje de demanda potencial no explotado en el mercado de las funerarias para las mascotas. Pero, más allá de las proyecciones y demanda potencial, la demanda real es que se creman 5 mascotas a la semana.

Ahora, de acuerdo a la pregunta número 21 de la encuesta realizada en el Estudio de Mercado, la distribución de la contratación de los servicios para mascotas es el siguiente:

Tabla 55

Distribución de la población que prefiere determinado servicio funerario

	X	f	F	%
Plan Básico	32,5	64	64	35,75
Plan Conmemorativo	17,5	34	98	18,99
Plan Premium	36,5	72	170	40,22
No contrataría un plan	5	9	179	5,03
Σ	91,5	179	511	100

Elaborado por: Elaboración propia.

Con esta distribución, todos los planes ofrecen servicio de entierro y cremación, el Plan Premium ofrece un servicio de cremación personalizado, del más alto estándar de servicio. Por tanto, si se creman 20 mascotas al mes, bajo el esquema Premium según

la demanda real, los demás servicios funerarios se dispondrán de la siguiente forma, de acuerdo al porcentaje de cada uno: si 20 representa el 40,22%; en los demás porcentajes se establece la cantidad de demás servicios que se ofrece. La siguiente tabla lo demuestra así:

Tabla 56

Número de clientes al mes

	%	Cientes al mes
<i>Plan Básico</i>	35,75	18
<i>Plan Conmemorativo</i>	18,99	9
<i>Plan Premium</i>	40,22	20
<i>No contrataría un plan</i>	5,03	-
	100	47

Elaborado por: Elaboración propia.

4.7.3 Costo de Producción

Con base en el Estudio de Viabilidad Operativa y Técnica se determinan los recursos, procesos y acciones para llevar a cabo las acciones de la empresa “DreamPet” Cía. Ltda. Para ello, se determinan los Costos y Gastos que se tendrán en un mes de trabajo normal, entendiendo por Costo es el valor que se le da a un recurso por el uso de un factor de la producción (Economipedia, 5025); mientras que el Gasto es la cantidad de dinero se necesita para adquirir un bien o servicio (Pedrosa, 2025). Así lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 57

Costos de Producción

Funeraria para mascotas "Dream Pet" Cía. Ltda.							
Costos de Producción							
Costos Directos	Detalle	Medida	Subtotal	IVA	Costo Unitario	Cantidad	Total
Crédito							\$8.486,02
Salarios Administrativos	3 personas	Unidad	\$591,22		\$591,22	3	\$1.773,65
Salarios Operarios	2 personas	Unidad	\$578,17		\$578,17	2	\$1.156,33
Alicuota combustible ARSA		Unidad	\$170,00	\$30,00	\$200,00	1	\$200,00
Combustible (Diésel) Maquinaria		Galón	\$1,52	\$0,27	\$1,79	21,76	\$38,96
Combustible (Diésel) Vehículo		Galón	\$1,52	\$0,27	\$1,79	140	\$250,60
Costos indirectos							
Energía eléctrica		Unidad	\$100,00		\$100,00	1	\$100,00
Agua potable		Unidad	\$50,00		\$50,00	1	\$50,00
Internet		Unidad	\$30,00	\$3,00	\$33,00	1	\$33,00
Insumos sanitarios		Unidad	\$100,00	\$7,50	\$107,50	1	\$107,50
Insumos de seguridad		Unidad	\$100,00	\$7,50	\$107,50	1	\$107,50
Costos fijos							
Depreciación maquinaria		Unidad	\$1.459,00		\$1.459,00	1	\$1.459,00
Depreciación equipo de oficina		Unidad	\$33,33		\$33,33	1	\$33,33
Depreciación muebles de oficina		Unidad	\$10,00		\$10,00	1	\$10,00
Seguro de maquinaria		Unidad	\$237,53	\$35,62	\$273,15	1	\$273,15
Costos variables							
Costo de marketing de ventas		Unidad	\$200,00	\$35,62	\$235,62	1	\$235,62
Urnas personalizadas		Unidad	\$4,25	\$0,75	\$6,00	20	\$120,00
Urnas simples					\$5,00	27,24	\$136,20
Tarjetas conmemorativas		Unidad			\$3,00	29,44	\$88,33
Album de fotos		Unidad			\$5,00	20,00	\$100,00
Certificado simbolico		Unidad			\$2,00	47,24	\$94,48
Arbol bonsái		Unidad			\$5,00	29,44	\$147,22
Ceremonia o KIT		unidad			\$15,00	29	\$441,65
Video de homenaje		unidad			\$25,00	20	\$500,00
Total costos							\$15.942,53

Elaborado por: Elaboración propia.

Para los Costos de Producción de la empresa se consideraron los Costos Directos, como el pago del crédito, salarios y el combustible. De igual forma, los Costos Indirectos como los servicios básicos e internet. De igual forma se consideran los Costos Fijos como la depreciación de la maquinaria y los seguros. Finalmente, en los Costos Variables cubren los valores de las urnas (las simples y personalizadas), los árboles bonsái, las tarjetas conmemorativas, el álbum conmemorativo, entre otros, que se entregarán a los clientes por paquete de servicio.

Habiendo determinado los Costos de Producción, se infieren los Egresos de la empresa, proyectados en el tiempo.

4.7.4 Egresos proyectados

Para los Egresos proyectados de la empresa se utilizaron los Costos Fijos y los Variables, además de los Gastos Administrativos. Entre Costos y Gastos, se estableció lo necesario para la producción en un mes. A partir de ese mes, se proyectan los Egresos anuales, considerando la Inflación del 1.59%, de acuerdo a la proyección anual del Banco Central del Ecuador (Ministerio de Finanzas , 2025). De esta forma, los Egresos se los visualiza en la siguiente tabla:

Tabla 58

Egresos Proyectados Anualmente

EGRESOS PROYECTADOS						
	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS						
Salarios Operarios	\$1.156,33	\$13.875,97	\$14.096,60	\$14.320,73	\$14.548,43	\$14.779,75
Alicuota combustible ARSA	\$200,00	\$2.400,00	\$2.438,16	\$2.476,93	\$2.516,31	\$2.556,32
Energía eléctrica	\$100,00	\$1.200,00	\$1.219,08	\$1.238,46	\$1.258,15	\$1.278,16
Agua potable	\$50,00	\$600,00	\$609,54	\$619,23	\$629,08	\$639,08
Insumos sanitarios	\$107,50	\$1.290,00	\$1.310,51	\$1.331,35	\$1.352,52	\$1.374,02
Insumos de seguridad	\$107,50	\$1.290,00	\$1.310,51	\$1.331,35	\$1.352,52	\$1.374,02
Depreciación maquinaria	\$1.459,00	\$17.508,00	\$17.508,00	\$17.508,00	\$17.508,00	\$17.508,00
Seguro de maquinaria	\$273,15	\$3.277,80	\$3.277,80	\$3.277,80	\$3.277,80	\$3.277,80
TOTAL COSTOS FIJOS	\$3.453,48	\$41.441,77	\$41.770,20	\$42.103,85	\$42.442,81	\$42.787,16
COSTOS VARIABLES						
Combustible (Diésel) Maquinaria	\$38,96	\$467,51	\$474,94	\$482,49	\$490,16	\$497,96
Combustible (Diésel) Vehículo	\$250,60	\$3.007,20	\$3.055,01	\$3.103,59	\$3.152,94	\$3.203,07
Urnas personalizadas	\$120,00	\$1.440,00	\$1.462,90	\$1.486,16	\$1.509,79	\$1.533,79
Urnas simples	\$136,20	\$1.634,41	\$1.660,40	\$1.686,80	\$1.713,62	\$1.740,86
Tarjetas conmemorativas	\$88,33	\$1.059,95	\$1.076,80	\$1.093,92	\$1.111,32	\$1.128,99
Album de fotos	\$100,00	\$1.200,00	\$1.219,08	\$1.238,46	\$1.258,15	\$1.278,16
Arbol bonsái	\$147,22	\$1.766,58	\$1.794,67	\$1.823,21	\$1.852,20	\$1.881,65
Certificado simbólico	\$94,48	\$1.133,76	\$1.151,79	\$1.170,10	\$1.188,71	\$1.207,61
Ceremonia o KIT	\$441,65	\$5.299,75	\$5.384,02	\$5.469,62	\$5.556,59	\$5.644,94
Vídeo de homenaje	\$500,00	\$6.000,00	\$6.095,40	\$6.192,32	\$6.290,77	\$6.390,80
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$1.917,43	\$23.009,17	\$23.375,01	\$23.746,67	\$24.124,25	\$24.507,82
TOTAL COSTOS	\$5.370,91	\$64.450,94	\$65.145,21	\$65.850,53	\$66.567,06	\$67.294,98
GASTOS						
Salarios Administrativos	\$1.773,65	\$21.283,76	\$21.622,17	\$21.965,96	\$22.315,22	\$22.670,03
Internet	\$33,00	\$396,00	\$402,30	\$408,69	\$415,19	\$421,79
Depreciación equipo de oficina	\$33,33	\$399,96	\$399,96	\$399,96	\$399,96	\$399,96
Depreciación muebles de oficina	\$10,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00
Costo de marketing de ventas	\$235,62	\$2.827,44	\$2.872,40	\$2.918,07	\$2.964,46	\$3.011,60
Crédito	\$8.486,02	\$65.262,12	\$96.092,94	\$89.534,94	\$82.976,94	\$76.419,06
TOTAL GASTOS	\$10.571,62	\$90.289,28	\$121.509,76	\$115.347,62	\$109.191,77	\$103.042,44
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$15.942,53	\$154.740,21	\$186.654,97	\$181.198,15	\$175.758,83	\$170.337,42

Elaborado por: Elaboración propia.

4.7.5 Costo de Producción Unitario (CPU)

Con la tabla de Costos y Egresos totales, se determinó al Costo de Producción Unitario, sumando todos los recursos usados por cada plan, dividido para el número de clientes del mismo como se muestra en su respectiva tabla:

Tabla 59

Costo por planes mensuales por mascota

COSTO POR PLANES MENSUALES POR MASCOTA			
<i>PLAN BASICO</i>	CREMACION	ENTIERRO	PROMEDIO
· Recolección y transporte del cuerpo de la mascota fallecida	0	0	
· Enterramiento del cuerpo de la mascota o cremación;	\$117,71	\$102,21	
· En el caso de cremación, colocación de las mismas en una urna simple	5	5	
· Certificado simbólico de despedida con el nombre de la mascota y fecha del servicio.	2	2	
Total	\$124,71	\$109,21	\$117,88
<i>PLAN CONMEMORATIVO</i>			
· Recolección y transporte del cuerpo de la mascota fallecida	0	0	
· Enterramiento del cuerpo de la mascota o cremación;	\$117,71	\$102,21	
· En el caso de cremación y colocación de las mismas en una urna simple;	5	5	
· Ceremonia simbólica de despedida sencilla o entrega de un “kit conmemorativo”	15	15	
· Tarjeta conmemorativa con imagen y mensaje personalizado.	3	3	
Total	\$140,71	\$125,21	\$133,11
<i>PLAN PREMIUM</i>			
· Recolección y transporte del cuerpo de la mascota fallecida	0	0	
· Enterramiento del cuerpo de la mascota o cremación;	\$117,71	\$102,21	
· En el caso de cremación, colocación de las mismas en una urna personalizada o árbol bonsái	6	5	
· Ceremonia Premium con video homenaje de la mascota y registro simbólico del árbol con coordenadas geográficas.	25	25	
Total	\$148,71	\$132,21	\$140,46

Elaborado por: Elaboración propia.

4.7.6 Precio de Venta al Público (PVP)

De acuerdo a la tabla de costo de producción unitario (CPU) de cada plan del servicio de la empresa, se puede establecer el precio de venta al público (PVP), con un margen del 45% mostrado en la siguiente tabla:

Tabla 60

Precio de Valor al Público

	CPU	PVP
Plan Básico	\$117,88	\$214,33
Plan Conmemorativo	\$133,11	\$242,02
Plan Premium	\$140,61	\$255,65

Elaborado por: Elaboración propia.

La fórmula para establecer el precio de venta al público (PVP) es la siguiente:

$$PVP = \frac{CPU}{(1 - \%Margen)}$$

Ademas de establecer el precio de venta al público (PVP), se creó el listado de precios de acuerdo a los servicios individuales que se pueden ofrecer en la empresa, como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 61

PVP de Servicios Individuales

SERVICIOS INDIVIDUALES	
Recoleccion del cuerpo	\$9,09
Entierro	\$185,84
Cremación	\$214,02
Urna simple	\$9,09
Urna personalizada	\$10,91
certificado simbolico	\$3,64
Ceremonia o kit conmemorativo	\$27,27
Arbol bonzai	\$9,09
Placa metalica	\$5,45
Video homenaje	\$45,45
Album de fotos	\$9,09
Tarjetas conmemorativas	\$5,45

Elaborado por: Elaboración propia.

Con estos datos obtenidos en cuanto a la Demanda Real de los servicios y el precio de venta al público (PVP), podemos proyectar los Ingresos de la empresa para el mes y los siguientes 5 años.

4.7.7 Ingresos proyectados

Tomando en cuenta la Demanda Real de la empresa, dado el Estudio de Mercado que se realizó, multiplicado por el precio de venta al público (PVP), los Ingresos al mes serían los siguientes:

Tabla 62*Ingreso mensual*

Ingreso mensual			
	Demanda real	PVP	Total
<i>Plan Básico</i>	18	\$214,33	\$3.857,94
<i>Plan Conmemorativo</i>	9	\$242,02	\$2.178,18
<i>Plan Premium</i>	20	\$255,65	\$5.113,00
Total	47		\$11.149,12

Elaborado por: Elaboración propia.

A partir de la tabla anterior, se proyectan los Ingresos Anuales para los siguientes cinco años, con una tasa de crecimiento de los clientes del 16%, que es la Tasa de Mortalidad de las Mascotas:

Tabla 63*Ingresos Anuales Proyectados*

Ingreso Anual Proyectado					
<i>Tasa de mortalidad del 16%</i>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Plan Básico</i>	\$46.295,28	\$53.702,52	\$62.294,93	\$72.262,12	\$83.824,06
<i>Plan Conmemorativo</i>	\$26.138,16	\$30.320,27	\$35.171,51	\$40.798,95	\$47.326,78
<i>Plan Premium</i>	\$61.356,00	\$71.172,96	\$82.560,63	\$95.770,33	\$111.093,59
Total	\$133.789,44	\$155.195,75	\$180.027,07	\$208.831,40	\$242.244,43

Elaborado por: Elaboración propia.

4.7.8 Estado de Resultados

El estado de Resultados muestra la diferencia entre los Ingresos Proyectados y los Costos y Gastos Proyectados en un periodo de 5 años, representados en la siguiente tabla:

Tabla 64

Estado de Resultados

Estado de Resultados										
	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
INGRESOS		\$133.789,44		\$155.195,75		\$180.027,07		\$208.831,40		\$242.244,43
Plan Básico	\$45.475,42		\$52.751,48		\$61.191,72		\$70.982,40		\$82.339,58	
Plan Conmemorativo	\$27.425,52		\$31.813,61		\$36.903,78		\$42.808,39		\$49.657,73	
Plan Premium	\$61.358,80		\$71.176,21		\$82.564,40		\$95.774,71		\$111.098,66	
(-) COSTO DE PRODUCCION		\$64.450,94		\$65.145,21		\$65.850,53		\$66.567,06		\$67.294,98
(=) UTILIDAD BRUTA		\$69.338,50		\$90.050,54		\$114.176,54		\$142.264,34		\$174.949,45
(-) GASTOS		\$90.289,28		\$121.509,76		\$115.347,62		\$109.191,77		\$103.042,44
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$-20.950,78		\$-31.459,22		\$-1.171,08		\$33.072,57		\$71.907,01

Elaborado por: Elaboración propia.

La tabla muestra que, en el cuarto año, se presenta Utilidad, con una tendencia a seguir aumentando en los próximos años.

4.7.9 Flujo de Caja

Habiendo obtenido las tablas del Estado de Resultados, podemos concretar el Flujo de Caja para los siguientes cinco años:

Tabla 65

Flujo de Caja

Flujo de Caja Anual						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de caja	-\$328.700,00	\$133.789,44	\$155.195,75	\$180.027,07	\$208.831,40	\$242.244,43
<i>Ventas</i>		<i>\$133.789,44</i>	<i>\$155.195,75</i>	<i>\$180.027,07</i>	<i>\$208.831,40</i>	<i>\$242.244,43</i>
Plan Básico		\$46.295,28	\$53.702,52	\$62.294,93	\$72.262,12	\$83.824,06
Plan Conmemorativo		\$26.138,16	\$30.320,27	\$35.171,51	\$40.798,95	\$47.326,78
Plan Premium		\$61.356,00	\$71.172,96	\$82.560,63	\$95.770,33	\$111.093,59
Aportes de capital	-\$328.700,00					
Egresos de caja		\$154.740,21	\$186.654,98	\$181.198,14	\$175.758,83	\$170.337,42
<i>Costos Fijos</i>		<i>\$41.441,77</i>	<i>\$41.770,20</i>	<i>\$42.103,85</i>	<i>\$42.442,81</i>	<i>\$42.787,15</i>
Salarios Operarios		\$13.875,97	\$14.096,60	\$14.320,73	\$14.548,43	\$14.779,75
Alícuota combustible ARSA		\$2.400,00	\$2.438,16	\$2.476,93	\$2.516,31	\$2.556,32
Energía eléctrica		\$1.200,00	\$1.219,08	\$1.238,46	\$1.258,15	\$1.278,16
Agua potable		\$600,00	\$609,54	\$619,23	\$629,08	\$639,08
Insumos sanitarios		\$1.290,00	\$1.310,51	\$1.331,35	\$1.352,52	\$1.374,02
Insumos de seguridad		\$1.290,00	\$1.310,51	\$1.331,35	\$1.352,52	\$1.374,02
Depreciación maquinaria		\$17.508,00	\$17.508,00	\$17.508,00	\$17.508,00	\$17.508,00
Seguro de maquinaria		\$3.277,80	\$3.277,80	\$3.277,80	\$3.277,80	\$3.277,80
<i>Costos Variables</i>		<i>\$23.009,16</i>	<i>\$23.375,01</i>	<i>\$23.746,67</i>	<i>\$24.124,25</i>	<i>\$24.507,83</i>
Combustible (Diésel) Maquinaria		\$467,51	\$474,94	\$482,49	\$490,16	\$497,96
Combustible (Diésel) Vehículo		\$3.007,20	\$3.055,01	\$3.103,59	\$3.152,94	\$3.203,07
Urnas personalizadas		\$1.440,00	\$1.462,90	\$1.486,16	\$1.509,79	\$1.533,79
Urnas simples		\$1.634,41	\$1.660,40	\$1.686,80	\$1.713,62	\$1.740,86
Tarjetas conmemorativas		\$1.059,95	\$1.076,80	\$1.093,92	\$1.111,32	\$1.128,99
Álbum de fotos		\$1.200,00	\$1.219,08	\$1.238,46	\$1.258,15	\$1.278,16
Árbol bonsái		\$1.766,58	\$1.794,67	\$1.823,21	\$1.852,20	\$1.881,65
Certificado simbólico		\$1.133,76	\$1.151,79	\$1.170,10	\$1.188,71	\$1.207,61
Ceremonia o KIT		\$5.299,75	\$5.384,02	\$5.469,62	\$5.556,59	\$5.644,94
Video de homenaje		\$6.000,00	\$6.095,40	\$6.192,32	\$6.290,77	\$6.390,80
<i>Gastos</i>		<i>\$90.289,28</i>	<i>\$121.509,77</i>	<i>\$115.347,62</i>	<i>\$109.191,77</i>	<i>\$103.042,44</i>
Salarios Administrativos		\$21.283,76	\$21.622,17	\$21.965,96	\$22.315,22	\$22.670,03
Internet		\$396,00	\$402,30	\$408,69	\$415,19	\$421,79
Depreciación equipo de oficina		\$399,96	\$399,96	\$399,96	\$399,96	\$399,96
Depreciación muebles de oficina		\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00
Costo de marketing de ventas		\$2.827,44	\$2.872,40	\$2.918,07	\$2.964,46	\$3.011,60
Crédito		\$65.262,12	\$96.092,94	\$89.534,94	\$82.976,94	\$76.419,06
Flujo anual	-\$328.700,00	-\$20.950,77	-\$31.459,23	-\$1.171,07	\$33.072,57	\$71.907,01
Flujo acumulado	-\$328.700,00	-\$349.650,77	-\$381.110,00	-\$382.281,07	-\$349.208,50	-\$277.301,49

Elaborado por: Elaboración Propia.

El Flujo de Caja demuestra que se obtienen pérdidas los tres primeros años, al comparar los Ingresos y Egresos. Sólo hasta el cuarto año se obtiene ligera utilidad que aumenta más para el año siguiente. Es muy probable que, para los siguientes años, la tasa de crecimiento de la utilidad se acelere. Pero, para los cinco años, las pérdidas del Flujo Acumulado son de (-) 277.301,49. Es probable, también, que este valor negativo, para los próximos años, se convierta en positivo.

4.7.10 Indicadores de Rentabilidad

Definiciones

Los Indicadores de Rentabilidad que se han escogido para hacer objetivo la determinación de la rentabilidad o no del proyecto son los siguientes: la Tasa de Descuento, la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Neto (VAN).

La Tasa de Descuento es un tipo de interés, basado en la Tasa de Interés de un país (que en Ecuador es del 6,56% (Banco Central del Ecuador , 2025)) para proyectar el valor futuro de una inversión. Este indicador mide la rentabilidad comparando la Tasa Interna de Retorno: si su valor es mayor, la inversión no es rentable; si su valor es menor, se considera la inversión rentable (Economipedia, 2025). Su fórmula es la siguiente:

$$TD = \frac{i}{(1 + i)}$$

La Tasa Interna de Retorno es un indicador porcentual de rentabilidad en el que se mide el valor futuro de una inversión, en relación a su inversión inicial. Para ello, utiliza la Tasa de Descuento. Si se tiene un valor mayor a 0, la inversión es rentable; pero, si el valor es menor a 0, la misma no es rentable (Economipedia, 2025). Su fórmula es:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

El Valor Actual Neto es un valor monetario que se obtiene mediante el cálculo del valor futuro de la inversión y el valor presente. También usa la Tasa de Descuento como apoyo para su cálculo. Se interpreta de la siguiente manera: si la cifra es mayor a 0, la inversión es rentable; si es menor, no lo es (Economipedia, 2025). Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Interpretación de los Indicadores de Rentabilidad del proyecto

Con el Flujo de Caja obtenido, podemos determinar los Indicadores de rentabilidad, según la siguiente tabla:

Tabla 66

Indicadores de Rentabilidad

Indicadores de Rentabilidad	
Tasa de interés	6,56
Tasa de Descuento	0,87
Tasa Interna de Retorno (TIR)	-25%
Valor Actual Neto (VAN)	\$-1.927.473,00

Elaborado por: Elaboración propia.

Tal y como lo muestra la anterior tabla, donde se evidencian los Indicadores de Rentabilidad el proyecto de la funeraria para mascotas, se determina lo siguiente:

La Tasa de Descuento es del 0.87, una cifra que, porcentualmente, es mayor que el porcentaje del TIR del -25%. Como la Tasa de Descuento es mayor al TIR, el proyecto se determina no rentable.

El TIR es el -25%; este dato se obtuvo al quinto año de funcionamiento de la empresa. Esto demuestra que el valor porcentual es menor a 0. Si es así, se concluye que el proyecto no rentable.

El VAN es el USD -1.927.473,00; este dato se obtuvo al quinto año de funcionamiento de la empresa. Esto demuestra que el valor porcentual es menor a 0. Si es así, se concluye que el proyecto no rentable.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

El Estudio de Mercado detectó una Demanda Potencial importante para los servicios que la empresa funeraria de mascotas ofrece en la provincia de Imbabura; la información que se recogió de las encuestas evidenció que la aceptación de la población. No obstante, existe una diferencia sustancial entre la Demanda Potencial y la Demanda Real, detectando que los hogares todavía no están dispuestos a pagar por el servicio lo que restringe la viabilidad comercial de la empresa.

Por otro lado, se conoció que la legislación ecuatoriana permite el ejercicio de los servicios funerarios para mascotas, bajo el marco de la normativa ambiental, sanitaria, respetando el Uso del Suelo de la Ordenanza del respectivo GAD local. Además se conocieron los requisitos técnicos necesarios para la operación, incluyendo el uso de máquina crematoria especializada, infraestructura adaptada al proyecto y personal capacitado. Sin embargo, estos requerimientos representan un alto Costo en la inversión que incurre de modo desventajoso ante la rentabilidad del proyecto empresarial.

Con el fin de cubrir la necesidad de las personas para despedir a su mascota fallecida, se creó un paquete de servicios funerarios variados y sensibles que incluyen: cremación, entierro, transporte y suvenires conmemorativos. Este diseño de servicios es innovador en la localidad y es reactivo a una fracción de la población con creciente conciencia sobre el trato digno a sus mascotas fallecidas. Sin embargo, su consumación implica una inversión económica y financiera muy elevada que no se subsana con los ingresos proyectados en un periodo determinado.

Finalmente, el análisis económico de los Ingresos proyectados en contraposición con los Costos y Gastos del proyecto, determinaron que la diferencia es negativa. Esto se precisó con los Indicadores de Rentabilidad como el TIR con un -25% y el VAN de -1.927.473,00 al quinto año de ejercicio. Además, se detectó un Flujo de Caja acumulado deficitario. Estos resultados descubren que los Ingresos Proyectados no son suficientes para cubrir los Costos de operación e inversión inicial. De esta forma, se concluye que el proyecto no es financieramente viable en las condiciones actuales del mercado.

5.2.Recomendaciones

En las condiciones actuales del mercado determinaron que la inversión en este proyecto no es rentable, como lo demuestran los indicadores TIR y VAN. Se recomienda esperar a que exista una demanda real más sólida y establecida.

Es posible que, reformulando el proyecto, se puede reducir los costos de inversión y operación. Esta alternativa permitiría reducir costos e investigar el comportamiento real de la demanda del mercado, con menor riesgo.

El diseño de estrategias publicitarias para concientizar sobre la necesidad de una funeraria para mascotas e implantar el precepto de que hay que pagar por dichos servicios, lograría que la Demanda Potencial investigada se convierta en Demanda Real.

Las alianzas con las autoridades locales y provinciales podrían incentivar a que se invierta en este tipo de proyectos, dentro del marco del sector público – privado.

6. BIBLIOGRAFÍA

Acuerdo Ministerial 116. (19 de 2 de 2009). *Bio seguridad Galápagos*. Obtenido de https://bioseguridadgalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/transparencia/juridico/2016/04/a2/reglamento_de_transparencia_de_mascotas.pdf

Addfield. (2025). Obtenido de <https://addfield.com/wp-content/uploads/2019/03/Addfield-PET200-Pet-Crematorium-Machine-Datasheet-ES.pdf>

Amazon Inc. . (2025). Obtenido de <https://www.amazon.com/-/es/transferencia-combustible-boquilla-manguera-explosiones/dp/B0CHM6QL1C>

Argentina-Uruguay-Retail Mascotas. (2025). El impacto que tienen actualmente los servicios funerarios para las mascotas en la sociedad. *America Malls y Retail*, <https://america-retail.com/retail-especializado/mascotas/el-impacto-que-tienen-actualmente-los-servicios-funerarios-para-las-mascotas-en-la-sociedad/>.

Arias, E. (2020). Tipos de factibilidad . *Economipedia*.

Automekano. (2025). Obtenido de <https://www.automekano.com/dfsk/furgonetas/>

Avances en Medicina Veterinaria. (2024). Demografía canina y felina en la Comuna de la Granja, Santiago, Chile. *Avances en Medicina Veerinaria*, https://web.uchile.cl/vignette/avancesveterinaria/CDA/avan_vet_simple/0%2C1423%2CSCID%253D10032%2526ISID%253D473%2526PRT%253D9981%2C00.html.

Azcue, J., Pérez, C., Báez, M., & Cervantes, T. (2022). Incursionando en el mercado "Pet Care". *In Vestigium Ire*, 26-46.

Banco Central del Ecuador . (2025). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>

Basantes, M. (2014). *Estudio de Factibilidad para la creación de un albergue de un centro de peluquería y aseo de mascotas a domicilio en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Comercio y Justicia. (2016). El mercado de mascotas se diversifica y especializa. *Comercio y Justicia*, 1.

Comunidad Andina de Naciones. (2008). *Decisión 702*. Lima: CAN.

Concejo del Distrito Metropolitano de Quito. (30 de 10 de 2024). *Quito*. Obtenido de https://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-128%20-%20MASCOTAS%20-%20ANIMALES%20DOMESTICOS.pdf

Constitución Política de la República del Ecuador. (s.f.). Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Control Sanitario. (20 de 4 de 2018). *Lexis Finder*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Reglamento-establecimiento-de-servicios-funerarios-y-manejo-de-cada%CC%81veres.pdf>

Corte Constitucional del Ecuador. (2022). *CCE*. Obtenido de https://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FL/e2NhcNBlD

sti%C3%B3n%20de%20Suelo%20del%20Cant%C3%B3n%20San%20Miguel
%20de%20Ibarra%202021.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Ibarra. (2025). *GAD Ibarra*. Obtenido de https://sigm2.ibarra.gob.ec/sigm8/search_ad_ordenanza_lectura/

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE IBARRA.

(2021). Obtenido de

<https://www.ibarra.gob.ec/site/docs/estrategico/Plan%20de%20Uso%20y%20Ge>
sti%C3%B3n%20de%20Suelo%20del%20Cant%C3%B3n%20San%20Miguel
%20de%20Ibarra%202021.pdf

Gobierno del Ecuador. (2025). Obtenido de

<https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/Reglamento-de-operaciones-hidrocarburiferas.pdf>

Google Maps. (2025). Obtenido de google maps

Hernández, R., Fernández, C., & De la Luz, M. (1991). *Metodología de la*

Investigación. MCGRAW-HILL. doi:P.E-919087654123

Herrero , D., Gonzales , L., Castaño, T., & Frómeta , Z. (2016). *Evaluación de la*

factibilidad técnico - económica de la producción de áridos reciclados mixtos en Santiago de Cuba. Santiago de Cuba: Ciencia en PC.

Imperia. (2023). KPI de planificación de la demanda: Estos son los principales

indicadores a tener en cuenta. *Imperia*(1), 1.

Industry Statistics & Trend: Per Ownership. (2024). *American Product*. Obtenido de

<https://americanpetproducts.org/industry-trends-and-stats>

INEC. (2022). *Censos Ecuador* . Obtenido de <https://www.censoecuador.gob.ec/>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2025). *Índice de los Precios a la Construcción*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-de-la-construccion/>
- Intituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Tenencia de Mascotas en Imbabura*. Imbabura.
- Kantar Latinoamérica. (2024). *Kantar*. Obtenido de <https://www.kantar.com/latin-america/latinoamerica/ecuador>
- La Hora. (2022). Las mascotas son cada vez más importantes para las familias y generan un movimiento económico creciente. *La Hora*.
- La Hora. (4 de 3 de 2024). Más de la mitad de las microempresas en el país son informales y tiene problemas para crecer. pág. 2.
- La Nación. (2025). El gasto en mascotas crece en Ecuador: hogares destinan en promedio USD 90 anuales a su alimentación. *La Nación*, <https://lanacion.com.ec/el-gasto-en-mascotas-crece-en-ecuador-hogares-destinan-en-promedio-usd-90-anuales-a-su-alimentacion/>.
- Lara, D. (2023). Las mascotas y su industria. *Crónica*, 1.
- Leyva, E., Machado, C., & Cantero, H. (2013). *Procedimiento General para la realización de estudios de factibilidad de inversiones para las Pequeñas y Medianas Empresas*. Ciencias Holguin.
- López Roldán, P., & Fachelli, S. (2017). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Luna, R., & Chávez, D. (2001). *Guía para desarrollar estudios de factibilidad para proyectos ecosustentables*. Guatemala: PROARCA/USAID.

McCarthy, E. (1960). *Marketing Básico: Un Enfoque Gerencial*. USA: McGrawHill.

Ministerio de Ambiente. (2004). *Ambiente.gob*. Obtenido de

<https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

Ministerio de Ambiente. (2025). Obtenido de [https://regularizacion-](https://regularizacion-control.ambiente.gob.ec/suia-iii/CatalogoActividadesCIIU.jsf)

[control.ambiente.gob.ec/suia-iii/CatalogoActividadesCIIU.jsf](https://regularizacion-control.ambiente.gob.ec/suia-iii/CatalogoActividadesCIIU.jsf)

Ministerio de Finanzas . (2025). *Finanzas* . Obtenido de

[https://www.finanzas.gob.ec/wp-](https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2025/04/Programacio%CC%81n-Macroecono%CC%81mica-2025-2028_VersionFinalEnvio_15042025.pdf)

[content/uploads/downloads/2025/04/Programacio%CC%81n-](https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2025/04/Programacio%CC%81n-Macroecono%CC%81mica-2025-2028_VersionFinalEnvio_15042025.pdf)

[Macroecono%CC%81mica-2025-2028_VersionFinalEnvio_15042025.pdf](https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2025/04/Programacio%CC%81n-Macroecono%CC%81mica-2025-2028_VersionFinalEnvio_15042025.pdf)

Ministerio de Medio Ambiente. (21 de 12 de 2012). *Suplemento*. Obtenido de

https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento_Listado-desechos-sustancias-peligrosas-142.pdf

Ministerio de Salud Pública . (2020). Obtenido de [https://www.salud.gob.ec/wp-](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/02/GUIA-DESECHOS-ANIMALES-VERSION-FINAL-comprimido.pdf)

[content/uploads/2021/02/GUIA-DESECHOS-ANIMALES-VERSION-FINAL-](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/02/GUIA-DESECHOS-ANIMALES-VERSION-FINAL-comprimido.pdf)

[comprimido.pdf](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/02/GUIA-DESECHOS-ANIMALES-VERSION-FINAL-comprimido.pdf)

Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2020). *Gestión Interna de Desechos*

generados en veterinarias de animales menores. Obtenido de

[https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/02/GUIA-DESECHOS-](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/02/GUIA-DESECHOS-ANIMALES-VERSION-FINAL-comprimido.pdf#:~:text=Las%20fundas%20y%20recipientes%20deber%20cumplir%20con,acorde%20con%20las%20especificaciones%20del%20a)

[ANIMALES-VERSION-FINAL-](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/02/GUIA-DESECHOS-ANIMALES-VERSION-FINAL-comprimido.pdf#:~:text=Las%20fundas%20y%20recipientes%20deber%20cumplir%20con,acorde%20con%20las%20especificaciones%20del%20a)

[comprimido.pdf#:~:text=Las%20fundas%20y%20recipientes%20deber%20cumplir%20con,](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/02/GUIA-DESECHOS-ANIMALES-VERSION-FINAL-comprimido.pdf#:~:text=Las%20fundas%20y%20recipientes%20deber%20cumplir%20con,acorde%20con%20las%20especificaciones%20del%20a)

[acorde%20con%20las%20especificaciones%20del%20a](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/02/GUIA-DESECHOS-ANIMALES-VERSION-FINAL-comprimido.pdf#:~:text=Las%20fundas%20y%20recipientes%20deber%20cumplir%20con,acorde%20con%20las%20especificaciones%20del%20a)

[nexo%201.](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/02/GUIA-DESECHOS-ANIMALES-VERSION-FINAL-comprimido.pdf#:~:text=Las%20fundas%20y%20recipientes%20deber%20cumplir%20con,acorde%20con%20las%20especificaciones%20del%20a)

- Ministerio de Telecomunicaciones. (2009). *Ley Orgánica de Empresas Públicas* .
Quito: Lexis.
- Ministerio del Ambiente. (2025). *Ambiente* . Obtenido de
[https://www.ambiente.gob.ec/wp-
content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf)
- Miranda, J. J. (2005). *Gestión de Proyectos* . Bogotá: MM Editores.
- Mordor Intelligence. (2025). Análisis de participación y tamaño del mercado de cuidado de mascotas tendencias de crecimiento y pronósticos (2024-2029). *Mordor Intelligence*.
- Muguirra, A. (2024). Tipos de muestreo . *QuestionPro*, 1.
doi:[https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-muestreo-para-
investigaciones-sociales/](https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-muestreo-para-investigaciones-sociales/)
- ONU Mujeres. (2010). Indicadores. *ONU Mujeres*, 1.
doi:<http://www.endvawnow.org/es/articles/336-indicadores.html>
- Ortíz, L. (2024). El subempleo en el Ecuador: un problema más complejo de lo que parece. 2.
- Pedrosa, S. (2025). Gasto . *Economipedia*,
<https://economipedia.com/definiciones/gasto.html>.
- Pesantes, K. (2023). Amor animal impulsa ventas e inversiones de la industria de mascotas. *Primicias*, 1.
- Pet in the sky. (2025). Obtenido de <https://petsinthesky.com.mx/>

PetsMemoryCrematorio. (2024). Obtenido de

<https://archivos.chimborazo.gob.ec/ambientepermisos/PETSMEMORYCREMATORIO/Presentaci%C3%B3n%20Pets%20Memory.pdf>

Ponce, T. (2020). Servicios a la orden de... las mascotas. *Líderes*, 1.

Pontificia Universidad Católica de Quito PUCE. (2019). Obtenido de

<https://es.scribd.com/document/399606210/REPORTE-DE-DESARROLLO-HUMANO-POR-CIUDADES-SELECTAS-A-NIVEL-NACIONAL-2017>

Portal Unico de Trámites Ciudadanos . (27 de 5 de 2025). Obtenido de

<https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-juridica-privada-control-superintendencia-companias>

Quiroa, M. (2024). Tipos de Factibilidad. *Economipedia*, 2.

Real, A. (2024). Indicadores de oferta y demanda. *Economía Simple* (1), 1.

Registro Oficial. (17 de 2 de 2021). *Defensa* . Obtenido de

https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/03/COIP_act_feb-2021.pdf

Salazar, C., & Del Castillo , S. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*.

doi:<http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/B0009.pdf>

Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Registro Unico de Contribuyentes*. Obtenido de

<https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>

Servicio Nacional de Contratación Pública. (2017). *Ley de Compañías*. Quito:

LexisFinder.

- Shutterstock. (2025). Obtenido de <https://www.shutterstock.com/es/search/van-transporte>
- Statista. (2025). Ingresos provenientes de servicios de mascotas en Europa. *Statista*, 1.
- Superintendencia de Compañías. (s.f.). Obtenido de <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-electronica-companias#requirements>
- Superintendencia de Compañías. (2025). Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/index.htm>
- Tribunal de Cuentas. (2006). *Tribunal de Cuentas*. Obtenido de <https://www.tcu.es/repositorio/66502bef-87ce-40ab-b14e-4778547500ef/727%20Servicios%20funerarios%20y%20de%20cementorios.pdf>
- Urnabios. (2025). Obtenido de <https://urnabios.com/es/somos-especialistas-en-aquamacion-la-cremacion-con-agua-testimonio-de-nathan/>
- Vecteezy. (s.f.). Obtenido de <https://es.vecteezy.com/arte-vectorial/36773266-combustible-diesel-icono-logo-vector-diseno-modelo>
- Veterinaria Digital. (2022). La evolución del mercado de alimento en mascotas. *Veterinaria Digital*.
- Villamar, S. (2023). Bienestar animal de las mascotas en Ecuador y en la ciudad de Riobamba: revisión bibliográfica. *Ciencia Latina Internacional*, https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.6212.
- Zambrano, G. (2015). *Proyecto de estudio de factibilidad para la implementación de un albergue para mascotas en la ciudad de Loja*. Loja: Universidad Nacional de Loja.

ANEXOS

Anexo Nro. 1

PREGUNTAS ENTREVISTA

Preguntas personales

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Nombre de la empresa o institución con la que colabora?
3. ¿Cuál es su cargo?

Preguntas introductorias

4. ¿Desde cuándo funciona su institución o empresa?
5. ¿Dónde se encuentra ubicada su institución o empresa? (barrio, sector, ubicación exacta)

Preguntas sobre Procedimientos en el Manejo de Mascotas Fallecidas

6. ¿Cuál es el protocolo de manejo de las mascotas fallecidas que ha implantado en su institución o empresa?
7. ¿Conoce alguna empresa u organismo que apoye en el manejo de mascotas fallecidas?
8. Fuera del entorno de su institución o empresa, ¿cómo se realiza generalmente el manejo de mascotas fallecidas?
9. ¿Cree que el manejo “tradicional” que realiza el público en general para el manejo de las mascotas fallecidas es ambientalmente adecuado?

Preguntas sobre la Necesidad y Viabilidad del Servicio

10. ¿Considera necesaria la implementación de servicios funerarios para mascotas?
¿Por qué?
11. ¿Cree que las personas estarían dispuestas a pagar por este servicio?

12. ¿Conoce alguna ley o norma que regule el manejo y tratamiento de los cuerpos de las mascotas fallecidas?
13. ¿Sabe de algún proyecto local, regional o nacional relacionado con este tema?

Preguntas de Demanda

14. En promedio, ¿en qué rango de edad se encuentran las personas que más demandan sus servicios?
- a. Entre 18 y 25 años
 - b. Ente 26 y 35
 - c. Entre 36 y 45 años
 - d. Entre 46 y 55 años
 - e. Más de 55 años
15. ¿Cuál es el género de sus clientes que más demandan sus servicios?
- a. Hombre
 - b. Mujer
 - c. Otro
16. ¿Qué porcentaje aproximado representan los perros, gatos y otras especies dentro del total de animales que atienden regularmente?
17. ¿De qué sector o barrio provienen la mayoría de sus clientes?
- a. Urbano
 - b. Rural
18. ¿Estaría dispuesto a establecer una alianza estratégica con un posible centro funerario para mascotas?
19. ¿Qué requisitos o normas hay que cumplir para establecer un cementerio de mascotas en la ciudad de Ibarra?

20. ¿En qué sector o zona sería permitido un cementerio para mascotas según el uso de suelo?
21. ¿Qué criterios considera importantes en una empresa dedicada a servicios funerarios para mascotas?
22. ¿Qué aspectos deberían tomarse en cuenta para que el servicio que brinda sea de calidad y comercialmente viable?
23. Desde su establecimiento, ¿cómo manejan al cuerpo de la mascota fallecida?
24. ¿Cómo manejan al cuerpo de las mascotas fallecidas en el caso de que sean animales en situación de calle y/o que no tengan dueños?
25. ¿Cuáles son las sanciones por el hecho de no manejar adecuadamente el cuerpo de la mascota?
26. ¿Cuenta con datos estadísticos sobre la tasa de mortalidad de las mascotas en la provincia de Imbabura o en el Ecuador?

Anexo Nro. 2**PREGUNTAS DE ENCUESTA**

Las encuestas están dirigidas al público en general, pero más específicamente a los dueños de mascotas que cumplan con los requisitos de las preguntas condicionales de las encuestas.

Datos demográficos

1. ¿En cuál de los siguientes cantones reside actualmente?
 - a. Ibarra
 - b. Otavalo
 - c. Antonio Ante
 - d. Cotacachi
 - e. Urcuquí
 - f. Pimampiro
2. ¿Cuál es su edad?
 - a. 18-25 años
 - b. 26-35 años
 - c. 36-45 años
 - d. 46-55 años
 - e. Más de 55 años
3. ¿Cuál es su género?
 - a. Hombre
 - b. Mujer
 - c. Prefiero no responder
4. ¿Cuáles son sus ingresos promedio?
 - a. Menos de \$200

- b. Entre \$201 y \$400
 - c. Entre \$401 y \$600
 - d. Entre \$601 y \$800
 - e. Entre \$801 y \$1000
 - f. Más de \$1000
5. ¿Tiene mascotas actualmente?
- a. Sí
 - b. No
- (Si respondió “No”, finalizar cuestionario)

Tenencia y cuidado de mascotas

6. ¿Qué tipo de mascota(s) tiene actualmente?
- a. Perro
 - b. Gato
 - c. Otro
7. Si tiene perros, ¿Cuántos tiene?
- a. No tengo perros
 - b. 1
 - c. 2
 - d. 3
 - e. Más de tres
8. Si tiene gatos, ¿Cuántos tiene?
- a. No tengo gatos
 - b. 1
 - c. 2
 - d. 3

- e. Más de 3
9. Si tiene otro tipo de mascota (distinta a gato y perro), ¿Cuántos tiene?
- a. No tengo otras mascotas
 - b. 1
 - c. 2
 - d. 3
 - e. Más de tres
10. ¿Cuánto pesa su mascota más grande independiente de su tipo?
- a. Menos de 5 kg
 - b. Entre 5 y 10 kg
 - c. Entre 11 y 20 kg
 - d. Entre 21 y 30 kg
 - e. Entre 31 y 45 kg
 - f. Más de 45 kg
11. ¿Quién cubre los gastos de su(s) mascota(s)?
- a. Yo
 - b. Padres
 - c. Hijos
 - d. Otro
12. De los siguientes rubros, ¿en cuáles gasta más para su(s) mascota(s) normalmente al mes?
- a. Alimento
 - b. Accesorios de seguridad
 - c. Juguetes
 - d. Actividades académicas

- e. Salud
- f. Belleza y cuidados

13. En promedio, ¿Cuánto dinero destina cada mes en el cuidado de su(s) mascota(s)?

Incluya alimentos, veterinario, aseo, accesorios, etc.

- a. Menos de \$20
- b. Entre \$20 y \$50
- c. Entre \$51 y \$100
- d. Más de \$100

14. ¿Con qué frecuencia lleva usted al veterinario a su(s) mascota(s)?

- a. Menos de una vez al mes
- b. Una vez al mes
- c. Solo cuando lo necesita
- d. Casi nunca
- e. Nunca

Pérdida de una mascota

15. ¿Ha experimentado la pérdida de una mascota?

- a. Sí
- b. No

(Si respondió “No”, pasar a la pregunta 17)

16. ¿Qué hizo con el cuerpo de su mascota fallecida?

- a. Lo enterró en casa o terreno propio
- b. Lo entregó al servicio municipal de recolección
- c. Contrató servicios de terceros
- d. No recuerdo

- e. Otro

Valoración de servicios funerarios para mascotas

17. ¿Considera necesaria la existencia de un cementerio y crematorio para mascotas en la ciudad de Ibarra?

- a. Sí
- b. No

18. ¿Estaría dispuesto a contratar servicios funerarios para su mascota?

- a. Sí
- b. No

(Si respondió “Sí”, pasar a la pregunta 20)

19. En caso de no estar dispuesto a contratar un servicio funerario para su mascota,

¿Qué alternativa considera o qué acciones tomaría en ese momento?

Por favor, describa brevemente lo que haría con el cuerpo en caso del fallecimiento de su mascota.

(Finalizar cuestionario)

20. En caso de fallecimiento de su mascota, ¿Qué método preferiría?

- a. Cremación
- b. Entierro del cuerpo en un cementerio de mascotas
- c. Cremación y entierro de las cenizas en un cementerio de mascotas

Preferencias sobre servicios disponibles

21. ¿Cuál de los siguientes planes funerarios le parecería más adecuado para su mascota?

- a. **Plan básico:** incluye recolección del cuerpo, cremación y entrega de cenizas en urna estándar.

- b. **Plan conmemorativo:** incluye todo lo del plan básico, más ceremonia de despedida sencilla y urna personalizada.
- c. **Plan Premium:** incluye todo lo anterior, más plantación de un árbol en memoria de la mascota en un espacio natural y colocación de una placa con su nombre
- d. No contrataría ningún plan

(Si respondió “No contraría ningún plan”, pasar a la pregunta 25)

22. ¿Qué precio le parecería adecuado para el Plan Básico? (Considerando peso y tipo de servicio)

- a. Plan básico
 - i. Entre \$20 y \$30
 - ii. Entre \$31 y \$40
 - iii. Entre \$41 y \$50

23. ¿Qué precio le parecería adecuado para el Plan Conmemorativo? (Considerando peso y tipo de servicio)

- a. Plan conmemorativo
 - iv. Entre \$80 y \$100
 - v. Entre \$101 y \$150
 - vi. Entre \$151 y \$180

24. ¿Qué precio le parecería adecuado para el Plan Premium? (Considerando peso y tipo de servicio)

- a. Plan Premium
 - vii. Entre \$181 y \$200
 - viii. Entre \$201 y \$250

ix. Entre \$251 y \$300

Opción del servicio

25. ¿Le gustaría que el cuerpo de su mascota sea retirado desde su domicilio?

- a. Si
- b. No, prefiere trasladar personalmente

26. ¿Estaría dispuesto a recibir información sobre este tipo de servicios mediante redes sociales o correo electrónico?

- a. Si
- b. No

Anexo Nro. 3

Tabla 67

Entrevista a Técnico del Departamento de Gestión Ambiental del GAD de Ibarra

Preguntas personales	
¿Cuál es su nombre?	Karen Proaño
¿Nombre de la empresa o institución con la que colabora?	Crematorio la Esperanza
¿Cuál es su cargo?	Gerente
Preguntas introductorias	
¿Desde cuándo funciona su institución?	2021
¿Dónde se encuentra ubicada su institución? (barrio, sector, ubicación exacta)	Parque industrial
Preguntas sobre Procedimientos en el Manejo de Mascotas Fallecidas	
¿Cuál es el protocolo de manejo de las mascotas fallecidas que ha implantado en su empresa?	Las mascotas llegan en una bolsa de basura o de restos y se ingresan directamente a la máquina crematoria. Luego de ser cremadas, los restos pasan a un cremulador para hacerlos más pequeños y se hagan cenizas. Las cenizas se colocan en una funda y se lo coloca en la urna. Este proceso se lo hace de forma individual; cada mascota es colocada en una bandeja para evitar la contaminación con otra.
¿Conoce alguna empresa u organismo que apoye en el manejo de mascotas fallecidas?	En Ibarra, no.
Fuera del entorno de su empresa, ¿cómo se realiza generalmente el manejo de mascotas fallecidas?	Hay dos opciones. La primera es que el dueño de la mascota fallecida la recoja en una funda y lo enterra en casa o en algún terreno. O si no, en el caso de la empresa que administre, la segunda opción es la cremación.
¿Cree que el manejo “tradicional” que realiza el público en general para el manejo de las mascotas fallecidas es ambientalmente adecuado?	No porque, normalmente, el manejo para el enterramiento debe hacerse con cal. El proceso debería ser: en la funda colocar la mascota fallecida con cal. Pero, profesionalmente, manifiesta que es más eco amigable la cremación.
Preguntas sobre la Necesidad y Viabilidad del Servicio	
¿Considera necesaria la implementación de servicios funerarios para mascotas? ¿Por qué?	Sí por la razón es que, al igual que los seres humanos, los animalitos merecen ser honrados adecuadamente luego de su fallecimiento y ser despedidos con dignidad.
¿Cree que las personas estarían dispuestas a pagar por este servicio?	Sí.
¿Conoce alguna ley o norma que regule el manejo y	Sí existen leyes, aunque no localmente. Estas leyes dicen que es preferible que sean enterradas las mascotas.

tratamiento de los cuerpos de las mascotas fallecidas?	
¿Sabe de algún proyecto local, regional o nacional relacionado con este tema?	No.
Preguntas de demanda	
En promedio, ¿en qué rango de edad se encuentran las personas que más demandan sus servicios?	Los clientes más frecuentes son de entre 35 y 45.
¿Cuál es el género de sus clientes que más demandan sus servicios?	Mujer
Del total de sus clientes mascotas domésticas ¿cuál es el porcentaje de perros, gatos y otros?	Las atenciones veterinarias se dividen en: Perros 60%; gatos 30%; y, otros 10%. Las atenciones en las cremaciones son un porcentaje parecido, donde predominan los perros.
¿De qué sector o barrio provienen la mayoría de sus clientes?	Urbano.
¿Estaría dispuesto a establecer una alianza estratégica con un posible centro funerario para mascotas?	Sí
¿Qué requisitos o normas hay que cumplir para establecer un cementerio de mascotas en la ciudad de Ibarra?	Se necesita: licenciamiento ambiental (se debe tener procesos y protocolos que se debe cumplir), los permisos del GAD cantonal y provincial. El tiempo de demora para la regular bordea los cuatro años y el costo es alto.
¿En qué sector o zona sería permitido un cementerio para mascotas según el uso de suelo?	En zonas industriales y que no afecten al medio ambiente.
¿Qué criterios considera importantes en una empresa dedicada a servicios de animales domésticos?	<ul style="list-style-type: none"> • Trato personalizado e individual; • Evitar la cremación colectiva para ahorrar gastos; • Manejo ético y profesional de los procesos empresariales.
Desde su establecimiento, ¿cómo manejan a la mascota fallecida, o desecho sanitario peligroso?	Depende del requerimiento del dueño o responsable de la mascota fallecida. Hay dos opciones. La primera es cuando la mascota fallece por causas naturales o eutanasia humanitaria y se los restos se los entrega en una funda (biodegradable y de plástico) para que el responsable se lo lleve a enterrar en el lugar de preferencia. La segunda opción es la cremación en nuestro propio establecimiento.
¿Cómo manejan al cuerpo de las mascotas fallecidas en el caso de que sean animales en situación de calle y/o que no tengan dueños?	A la mascota se la coloca en una funda o dos, previo que nuestros colaboradores se adecuen o coloquen la vestimenta antiséptica y sanitaria.
¿Cuáles son las sanciones por el hecho de no manejar	Está prohibido botar la mascota fallecida a la basura y la sanción es una multa. Tampoco se debe dejar a la macota a la intemperie. Se las debe enterrar en profundo, con cal.

adecuadamente el cuerpo de la mascota?	
¿Cuenta con datos estadísticos sobre la tasa de mortalidad de las mascotas en la provincia de Imbabura o en el Ecuador?	No.

Elaborado por: Elaboración propia.

Anexo Nro. 4

Tabla 68

Entrevista a Técnico del Departamento de Gestión Ambiental del GAD de Ibarra

Preguntas personales	
¿Cuál es su nombre?	Jairo Guama
¿Nombre de la empresa o institución con la que colabora?	Wasi Vet
¿Cuál es su cargo?	Gerente
Preguntas introductorias	
¿Desde cuándo funciona su institución?	Un año tres meses.
¿Dónde se encuentra ubicada su institución? (barrio, sector, ubicación exacta)	En la calle Teodoro Gómez de la Torre y Gral. Julio Andrade.
Preguntas sobre Procedimientos en el Manejo de Mascotas Fallecidas	
¿Cuál es el protocolo de manejo de las mascotas fallecidas que ha implantado en su empresa?	Hay tres opciones. Primera, el propietario se lleva el cuerpo fallecido de la mascota. Segunda, el propietario paga por la cremación. Tercera, el propietario deja el cuerpo y se entierra a la mascota en un lugar establecido.
¿Con qué empresas funerarias de mascotas trabaja?	Hay tres empresas: Huellas memorables, Crematorio la Esperanza y Crematorio Dogs y Cats. Todos son de Ibarra.
¿Conoce alguna empresa u organismo que apoye en el manejo de mascotas fallecidas?	En el ámbito privado sí, pero esto tiene un costo. En el ámbito público, por otra parte, se encarga el GAD cantonal.
Fuera del entorno de su empresa, ¿cómo se realiza generalmente el manejo de mascotas fallecidas?	La mayor parte de los clientes se lleva el cadáver de la mascota y lo entierra en el lugar de su preferencia.
¿Cree que el manejo "tradicional" que realiza el público en general para el manejo de las mascotas fallecidas es ambientalmente adecuado?	En cuanto a la situación del enterramiento, sí. Enterrar a la mascota es mucho mejor que cremarlo, tanto ambientalmente como económicamente. La cremación implica un consumo de recursos minerales, además de contaminar. Para nuestra empresa, es más rentable enterrar a la mascota.
Preguntas sobre la Necesidad y Viabilidad del Servicio	
¿Considera necesaria la implementación de servicios funerarios para mascotas? ¿Por qué?	Depende del costo. Las personas, por lo general, prefieren llevarse el cuerpo y enterrarlo por su cuenta. Por la cremación, no se paga más allá de 150 hasta 300 dólares.
¿Cree que las personas estarían dispuestas a pagar por este servicio?	Por la cremación y demás servicios funerarios estarían dispuestos a pagar muy pocas. Es probable que, tan sólo el 25% de nuestros clientes, está dispuesto a pagar por la cremación.

¿Conoce alguna ley o norma que regule el manejo y tratamiento de los cuerpos de las mascotas fallecidas?	A nivel nacional, no. Pero, en cuanto a las leyes de manejo de residuos sanitarios peligrosos, sí. Se debe cuidar el protocolo sanitario que regula Agrocalidad y si hay alguna enfermedad zoonótica hay que reportar.
¿Sabe de algún proyecto local, regional o nacional relacionado con este tema?	Conozco de proyectos, pero en el ámbito privado.
Preguntas de demanda	
En promedio, ¿en qué rango de edad se encuentran las personas que más demandan sus servicios?	Los clientes más frecuentes tienen un rango de edad entre 35 y 45 años.
¿Cuál es el género de sus clientes que más demandan sus servicios?	Esto es indiferente.
Del total de sus clientes mascotas domésticas ¿cuál es el porcentaje de perros, gatos y otros?	Nuestros mayores clientes son gatos con un 60% y perros un 40%. Otras mascotas no se atienden.
¿De qué sector o barrio provienen la mayoría de sus clientes?	Sector rural.
¿Estaría dispuesto a establecer una alianza estratégica con un posible centro funerario para mascotas?	Tengo alianzas con empresas del sector privado, como ya lo mencioné: Huellas memorables, Crematorio la Esperanza y Crematorio Dogs y Cats.
¿Qué requisitos o normas hay que cumplir para establecer un cementerio de mascotas en la ciudad de Ibarra?	El mejor crematorio de la ciudad es el de la Esperanza. Por otro lado, no conozco los requisitos o normativa para su funcionamiento.
¿En qué sector o zona sería permitido un cementerio para mascotas según el uso de suelo?	Los crematorios se ubican fuera del área urbana, en el área industrial de preferencia.
¿Qué criterios considera importantes en una empresa dedicada a servicios de animales domésticos?	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de transporte; • Costos; • La variedad de servicios o formas de hacerlo; • El respeto y ética a la memoria de las mascotas; • Bueno manejo del proceso del servicio.
Desde su establecimiento, ¿cómo manejan a la mascota fallecida, o desecho sanitario peligroso?	Cuando una mascota fallece por muerte natural o eutanasia humanitaria, se le da las tres opciones que le mencioné al cliente, mediante los servicios funerarios con las empresas con las que tenemos convenio: el propietario se la lleva el cuerpo fallecido de la mascota; el propietario paga por la cremación; o, el propietario deja el cuerpo y se entierra a la mascota en un lugar establecido. Individualmente, a la mascota se la coloca en una funda roja, en conjunto una bolsa impermeable y se lo entierra en un lugar adecuado, fuera del alcance de otras mascotas. En el caso de enfermedad zoonótica, a la mascota se la embolsa con un desinfectante.
¿Cómo manejan al cuerpo de las mascotas fallecidas en el caso de que sean animales	El proceso es igual para una mascota callejera o que no tenga dueño.

en situación de calle y/o que no tengan dueños?	
¿Cuáles son las sanciones por el hecho de no manejar adecuadamente el cuerpo de la mascota?	Se sanciona con dos o tres salarios mínimos si a la mascota fallecida no se la trata con el procedimiento adecuado. Sumado a esto, se hace una supervisión y revisión de los permisos del establecimiento. Sin embargo, cabe decir que no hay ninguna institución que controle esta situación.
¿Cuenta con datos estadísticos sobre la tasa de mortalidad de las mascotas en la provincia de Imbabura o en el Ecuador?	La Tasa de mortalidad es de entre el 35% y el 45% per cápita.
En su experiencia, ¿cuántas mascotas se creman en promedio a la semana?	Alrededor de cinco.

Elaborado por: Elaboración propia.

Anexo Nro. 5

Tabla 69

Entrevista a Técnico del Departamento de Gestión Ambiental del GAD de Ibarra

Preguntas personales	
¿Cuál es su nombre?	José Cantos
¿Nombre de la empresa o institución con la que colabora?	GAD San Miguel de Ibarra
¿Cuál es su cargo?	Técnico de Fauna Urbana del departamento de Gestión Ambiental.
Preguntas introductorias	
¿Desde cuándo funciona su institución?	El área de Fauna Urbana del Departamento de Gestión Ambiental funciona desde hace 7 años. Comenzó con el rescate de animales en situación de calle y actualmente cuenta con un albergue para animales domésticos, que también brinda atención veterinaria gracias a un convenio con una clínica privada.
¿Dónde se encuentra ubicada su institución? (barrio, sector, ubicación exacta)	Está ubicada en el parque Ciudad Blanca, en Ibarra, sector norte, entre la Av. Camilo Ponce Enríquez y la Panamericana Norte.
Preguntas sobre Procedimientos en el Manejo de Mascotas Fallecidas	
¿Cuál es el protocolo de manejo de las mascotas fallecidas que ha implantado en su empresa?	En el relleno sanitario de Ibarra existe un espacio destinado a desechos sanitarios peligrosos. Allí se disponen los restos de mascotas fallecidas sin dueño responsable.
¿Conoce alguna empresa u organismo que apoye en el manejo de mascotas fallecidas?	Existe una clínica veterinaria privada que ofrece servicios de cremación. No se tiene conocimiento de otras empresas similares.
Fuera del entorno de su empresa, ¿cómo se realiza generalmente el manejo de mascotas fallecidas?	En general, los cuerpos de las mascotas suelen ser desechados con la basura para que el camión recolector los retire. En casos de animales sin dueño que fallecen o están heridos, existen canales de comunicación que permiten reportar estos hechos para que sean recogidos o auxiliados.
¿Cree que el manejo “tradicional” que realiza el público en general para el manejo de las mascotas fallecidas es ambientalmente adecuado?	Este tipo de manejo no es adecuado desde el punto de vista ambiental. Las mascotas son consideradas parte de la familia y no deberían ser tratadas como desperdicio común. Esta práctica también genera un impacto ambiental negativo. Un tratamiento adecuado permitiría evitar la generación de desechos peligrosos y brindaría un trato respetuoso a los animales fallecidos.
Preguntas sobre la Necesidad y Viabilidad del Servicio	
¿Considera necesaria la implementación de servicios funerarios para mascotas? ¿Por qué?	La implementación de estos servicios es necesaria. Aunque la institución pública no cuenta con los recursos para implementarlos, en el ámbito privado sí sería posible satisfacer esta necesidad, dado que muchas personas buscan ofrecer una despedida digna a sus mascotas.
¿Cree que las personas estarían dispuestas a pagar por este servicio?	Sí, siempre que los costos sean moderados. Se considera importante saber que la mascota recibió un trato adecuado después de su fallecimiento.

¿Conoce alguna ley o norma que regule el manejo y tratamiento de los cuerpos de las mascotas fallecidas?	No existe una normativa específica. Los cuerpos de mascotas se consideran desechos sanitarios peligrosos debido al riesgo de contagio zoonótico, y se tratan como tales.
¿Sabe de algún proyecto local, regional o nacional relacionado con este tema?	Aunque Ibarra está adelantada en la zona norte del Ecuador en temas de la fauna urbana, manifestó, no conoce de programas o proyectos que estén relacionados al tema del manejo de cadáveres de las mascotas.
Preguntas de Demanda y oferta de productos similares o complementarios	
En promedio, ¿en qué rango de edad se encuentran las personas que más demandan sus servicios?	Los más jóvenes, manifestó. Dijo que eran ellos los que mayor atractivo tienen a demandar servicios de mascotas, es decir de entre edades que comprenden los 18 y 25 años.
¿Cuál es el género de sus clientes que más demandan sus servicios?	Mencionó que eran las mujeres.
Del total de sus clientes mascotas domésticas ¿cuál es el porcentaje de perros, gatos y otros?	Afirmó que los porcentajes aproximados son: 70% de perros, 25% de gatos y un 5% de otras especies.
¿De qué sector o barrio provienen la mayoría de sus clientes?	Principalmente del sector urbano.
¿Estaría dispuesto a establecer una alianza estratégica con un posible centro funerario para mascotas?	Respondió que, a nivel persona, existe disposición a formar una alianza. Sin embargo, al pertenecer a una institución pública, cualquier decisión debe ser aprobada por las autoridades. Una alianza público-privada sería factible si se llega a un acuerdo.
¿Qué criterios considera importantes en una empresa dedicada a servicios de animales domésticos?	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de opciones en el servicio para las mascotas; • Entre los servicios también debe estar como el crematorio o enterramiento; • Es importante también el equipamiento y diseño de las instalaciones; • Y que los precios que sean asequibles.
¿Qué aspectos deberían tomarse en cuenta para que el servicio que brinda sea de calidad y comercialmente viable?	<ul style="list-style-type: none"> • La calidad del servicio, a precios asequibles; • El trato interpersonal entre cliente y quién proporciona el servicio; • La gestión de las honras fúnebres con el debido respeto para los dueños.
Desde su establecimiento, ¿cómo manejan a la mascota fallecida, o desecho sanitario peligroso?	Se dispone el cuerpo en una celda destinada a desechos sanitarios peligrosos dentro del relleno sanitario de la ciudad.
Para usted, ¿qué ubicación debería tener una funeraria para mascotas, tomando en cuenta el Uso de Suelo?	Se recomienda un sitio no comercial y alejado de zonas de producción gastronómica.

Elaborado por: Elaboración propia.

Anexo Nro. 6**Minuta de constitución de compañía de responsabilidad LIMITADA***Art. 92 y siguientes de la Ley de Compañías***SEÑOR NOTARIO:**

En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo sírvase insertar una de la Constitución de la compañía de Responsabilidad Limitada, al tenor de las siguientes cláusulas:

Comparecientes.- Comparecen para el otorgamiento de la siguiente Escritura las señoritas: María Belén Castro Jácome (con número de cédula 100XXXXXXXX) y María José Castro Jácome (con número de cédula 100XXXXXXXX), por sus propios derechos, de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, de estado civil solteros, domiciliados en Natabuela, y residentes en esta ciudad de Antonio Ante, con el objeto de constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada al tenor de los siguientes artículos:

Art.1.- Denominación, Nacionalidad, Duración y Domicilio.- La Compañía que se constituye por este acto se denominará “DreamPet” Cía. Ltda. . El plazo de duración de la Compañía es indefinida, contados a partir de la fecha de inscripción de la presente Escritura en el Registro Mercantil, el mismo que podrá ser prorrogado o reducido por acuerdo de la Junta General de Socios.- Su nacionalidad es ecuatoriana.- El domicilio principal de la Compañía será en la ciudad de Ibarra, pudiendo establecer sucursales y agencias en otros lugares del Ecuador.

Art. 2.- Objeto Social.- La finalidad de la Compañía es: crematorio, cementerio y funeraria para mascotas. La Compañía para el cumplimiento de su objeto podrá celebrar toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley.

Art. 3.- Capital Social.- El capital social de la Compañía es de USD 1000, dividido en 100, participaciones de USD 10, cada una, las mismas que se encuentran íntegramente suscritas y pagadas en el cincuenta por ciento en la proporción constante del cuadro de integración de capital que más adelante se detalla. La Compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que necesariamente constará el carácter de no negociables, el número de participaciones que por su aporte le corresponde, las mismas que son acumulativas e indivisibles. El saldo del capital será integrado y pagado en el plazo de un año, a contarse de la fecha de constitución de la Compañía.

Art. 4.- De la Transferencia de Participaciones.- Las participaciones que tiene el socio de esta Compañía son Transferibles por acto entre vivos y Transmisibles por herencia, en el primer caso en beneficio de otro u otros socios de la Compañía o de terceros si obtuvieren el consentimiento unánime del capital social, estando a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

Art. 5.- Del Aumento del Capital.- Si se acordare un aumento del capital, los socios tendrán derecho preferente para suscribirlo en proporción a sus aportes sociales y no se podrán tomar resoluciones encaminadas a reducir el capital si ello implicara la devolución a los socios de la parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte.

Art. 6.- De la Administración de la Compañía.- La Compañía estará gobernada por la Junta General de Socios que es su máximo Organismo y administrada por su Presidente y un Gerente.

Art. 7.- De la Junta General.- La Junta General, formada por los socios legalmente convocados y reunidos tiene las siguientes atribuciones y deberes a más de los establecidos en la Ley de Compañías:

- a. Acordar cambios sustanciales en el giro de los negocios sociales dentro de sus propios objetivos;
- b. Reformar este contrato social, previo el cumplimiento de los requisitos legales;
- c. Autorizar toda clase de actos y contratos que sobrepasan de (indefinido), los mismos que serán suscritos en forma conjunta por el Presidente y Gerente, observándose las mismas formalidades para aquellas que graven a bienes inmuebles, muebles y más enseres de propiedad de la Compañía;
- d. Autorizar la enajenación de bienes inmuebles de la Compañía y la imposición de gravámenes reales sobre ellos;
- e. Designar Presidente y Gerente de la Compañía, señalar sus remuneraciones y removerlos cuando existan causas justificadas;
- f. En el caso de creerlo indispensable de acuerdo con las necesidades de la Sociedad se encuentra la facultad para nombrar y establecer atribuciones de la Comisión de Vigilancia, en los términos previstos en la Ley de Compañías;
- g. Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores;
- h. Resolver sobre la forma de reparto de utilidades; la formación de fondos de reserva, facultativos o extraordinarios;
- i. Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;
- j. Decidir la exclusión del socio, de acuerdo a las disposiciones de la Ley de la materia.; y,
- k. Las demás que le conceden las Leyes, los Reglamentos y este contrato social.

Art. 8.- Convocatorias.- La Junta General estará válidamente constituida para deliberar si los socios han sido convocados debidamente por lo menos con ocho días de anticipación a la fecha en que deba llevarse a cabo, mediante la publicación por una sola vez de la convocatoria, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la Compañía, con el mismo plazo de anticipación. La Junta General así convocada se considerará válidamente constituida para deliberar en primera convocatoria, si los concurrentes a ella representen más de la mitad del capital social, en segunda convocatoria se reunirán y se entenderá válidamente constituida con el número de socios presentes debiendo esta circunstancia constar en la referida convocatoria.

Art. 9.- Resoluciones de la Junta.- La Junta General adoptará resoluciones y para que estas sean válidas se necesitará el voto de por lo menos el setenta y cinco por ciento del capital social de la Compañía en primera convocatoria. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Para efecto de la votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

Art. 10.- Clases de Juntas Generales.- Las Juntas podrán ser Ordinarias y Extraordinarias, se reunirán en el domicilio de la Compañía. Las Ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la Compañía. Las Extraordinarias, en cualquier época en que fueren convocadas por el Gerente o Presidente. No obstante los socios que representen el diez por ciento del capital social, podrán ejercer el derecho que les confiere la Ley de Compañías en sus artículos pertinentes. Las Juntas Generales Universales podrán celebrarse en cualquier tiempo y en cualquier lugar del territorio nacional y se entenderán convocadas y quedarán válidamente constituidas para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital social y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad o acepten por unanimidad la celebración de la Junta.

Art. 11.- De los socios.- Los socios concurrirán a las Juntas Generales, sean de la clase que fueren personalmente o por medio de un representante, en cuyo caso la representación se conferirá por escrito y con carácter especial para cada Junta, a no ser que el representante ostente Poder General legalmente conferido.- El acta de las deliberaciones y acuerdos de las

Juntas Generales llevará las firmas del Presidente y Secretario de la Junta, salvo lo dispuesto para las Juntas Universales. Se formará un expediente de cada Junta y se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías. Las actas de las Juntas Generales serán llevadas en hojas móviles escritas a máquina en el anverso y en el reverso, foliadas con numeración continuada, sucesiva y rubricada una a una por el Secretario.

Art. 12.- Representación Legal.- La Compañía estará representada legal, judicial y extrajudicialmente por su Gerente para realizar gestiones, actos, contratos y proponer acciones o defender a la Compañía en toda clase de acciones judiciales permitidas por la Ley, como excepción de aquellas que fueren extrañas al contrato social o de los que pudieren impedir que esta compañía cumpla con sus fines y en todo lo que implique reformar al contrato social; debiendo realizarlos únicamente con su firma, a excepción de aquellos casos en que el contrato social lo limite; en caso de ausencia o impedimento le subrogará en sus funciones el Presidente mientras sea reemplazado o se incorpore al ejercicio de ellas.

Art. 13.- Del Presidente.- El Presidente será elegido por la Junta General por un período de dos años, puede ser socio o no, pudiendo ser reelegido indefinidamente y tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- a. Presidir la Junta General de Socios;
- b. Suscribir conjuntamente con el Gerente todos los actos y contratos cuya cuantía pase de cien mil dólares y menor de cincuenta mil dólares americanos;
- c. Vigilar la buena marcha de la Sociedad y todas las demás funciones establecidas en la Ley de Compañías; y,
- d. Las demás que le señale la Ley de Compañías, sus Reglamentos y este Estatuto, además de cumplir las resoluciones de la Junta General.

Art. 14.- Del Gerente.- Es la máxima Autoridad ejecutiva en la representación y administración de los negocios sociales para el ejercicio, será designado por la Junta General y podrá ser un socio o no de la Compañía por un período de dos años pudiendo ser reelegido indefinidamente y tendrá las siguientes atribuciones y deberes, además de los previstos en la Ley de Compañías:

- a. Administrar y representar legal, judicial y extrajudicialmente a la Compañía y obligarla libremente en todos los actos, contratos y más negocios que se celebren hasta una cuantía de cien mil dólares y menor de cincuenta mil dólares americanos;
- b. Convocar e intervenir como Secretario en las sesiones de Juntas Generales y suscribir las actas correspondientes conjuntamente con el Presidente;
- c. Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General;
- d. Manejar las cuentas bancarias de la Compañía;
- e. Suscribir los certificados de aportación, conjuntamente con el Presidente;
- f. Presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios en el plazo de sesenta días a contarse desde la terminación del respectivo ejercicio económico;
- g. Cuidar que se lleve la contabilidad y correspondencia de la Compañía, en debida forma; y,
- h. En caso de liquidación inscribirá obligatoriamente en el Registro Mercantil su nombramiento como liquidador y se estará a lo dispuesto en la Ley para la liquidación de la compañía.

Art. 15.- Fiscalización.- La Junta General designará anualmente un comisario principal y un suplente, quien presentará un informe a la Junta General al finalizar cada ejercicio económico, analizando los estados financieros y económicos de la compañía, en cumplimiento de los deberes establecidos en la Ley tendrá especial cuidado en cumplir lo dispuesto en la Ley de Compañías.

Art. 16.- De las Utilidades y Fondo de Reserva.- Las utilidades se distribuirán una vez al año, únicamente cuando sean líquidas y realizadas de acuerdo con las resoluciones tomadas por los socios en la Junta General, y de las cuales se formará un fondo de reserva, hasta que este alcance por lo menos el veinte y cinco por ciento del capital social, debiendo la Compañía segregar en cada anualidad de dichas utilidades un cinco por ciento para este objeto.

Art. 17.- De la Disolución y Liquidación.- Esta Compañía se disolverá por las causas establecidas por la Ley el reglamento respectivo y por el acuerdo unánime de los socios tomado en Junta General, estando a lo dispuesto en la Ley de Compañías en lo relativo a su liquidación.

Art. 18.- De las participaciones.- Los socios han suscrito las participaciones cada una USD 10, y han pagado el 50% de cada una de ellas, en la proporción que se expresa en el cuadro siguiente y cuyo certificado Bancario se lo incorporará a la Escritura Pública como documento habilitante.

Art. 19.- Disposición Transitoria.- Los socios unánimemente autorizan al Dr. (XXXX XXXX XXXX XXXX, con número de cédula XXXXXXXXXXXX), en matrícula No. (XXXXXXXXXXXX), del Colegio de Abogados de (“Imbabura”), para que a su nombre y representación, realice todas las gestiones conducentes al perfeccionamiento de este Instrumento.

Usted señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo.

f.) _____

Dr. XXXX XXXX XXXX

Abogado

Matrícula: XXXXXXXXXXXX

Anexo Nro. 7

Tabla 70

Equipamiento de crematorio

Equipamiento	Cantidad	Precio Unitario	Total
Incinerador Addfield PET200 - Diesel	1	\$44,735.00	\$44,735.00
Recambios Incidentales y Consumibles 1 año - Diesel <i>Más información a continuación</i>	1	\$2,564.14	\$2,564.14

Nota: (Addfield, 2025)

Tabla 71

Proforma de crematorio

Opciones Recomendadas			
Máquina Procesadora de Cenizas <i>Más información a continuación</i>	0	\$3,994.00	0
Secciones adicionales de chimenea <i>Más información a continuación</i>	0	\$1,432.61/1.2m	0
Depósito de combustible 1000L <i>Más información a continuación</i>	0	\$3,212.52	0
Mesa Hidráulica Elevadora <i>Más información a continuación</i>	0	\$2,257.45	0
Entrega y Puesta en servicio			
Entrega <i>CIF a puerto de Guayaquil DAP – Puerta a Puerta</i> <i>El cliente debe suministrar el equipo de elevación in situ El coste del flete indicado en el presupuesto no es el coste real, es sólo una aproximación, ya que está sujeto a cambios, el tipo de cambio y el coste del flete dependen del día del envío.</i>	1	\$8,550.00	\$8,550.00
Formación y Puesta en Servicio en el lugar <i>Más información a continuación</i> <i>Internacional \$ 969 más vuelos por día</i>	Número de días 7	\$8,984.50	\$8,984.50
Total			\$64,833.64

Nota: (Addfield, 2025)