UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

Carrera
"Administración de Empresas"

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SALA VELATORIA Y SERVICIOS EXEQUIALES EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA”.

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR:

Darwin Vicente Torres Ludeña

DIRECTOR:

Ing.Com. Mauricio Guillen Godoy. MAE

Loja – Ecuador.

2012

Ingeniero Comercial

Mauricio Alfredo Guillen Godoy

Director de tesis

CERTIFICA:

Que el señor Darwin Vicente Torres Ludeña, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, es autor de la tesis denominada **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SALA VELATORIA Y SERVICIOS EXEQUIBLES EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA"** la misma que fue revisada y cumple con los requerimientos establecidos por la Universidad, en sus aspectos de fondo y forma por lo cual autorizo su presentación

Loja. Abril del 2012

Atentamente,

Ing. Mauricio Alfredo Guillen Godoy .MAE

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

El presente trabajo contiene: conceptos, ideas, criterios, opiniones, procedimientos de investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones que son de exclusiva responsabilidad de la autora.

.....

Darwin Torres

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto de tesis a la Virgen del Cisne que con su infinita bondad ha guiado mis pasos.

Con todo el aprecio a mis Padres y Hermanos quienes con su ejemplo de Honradez y Perseverancia han sabido inculcar en mi los mejores principios.

DARWIN TORRES

AGRADECIMIENTO.

Quiero expresar mi imperecedero agradecimiento a todos los personeros de la Universidad Nacional de Loja especialmente a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas, quienes con sus valiosos conocimientos han sabido encaminarme para que hoy en día no solamente me haya quedado en la teoría, sino que he podido poner en práctica estas enseñanzas, lo cual me ha permitido que hasta la actualidad me desempeñe como administrador de importantes empresas de la localidad.

EL AUTOR

a. TÍTULO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SALA VELATORIA Y SERVICIOS EXEQUIALES EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA”.

b. RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo realizar una gestión empresarial de prestación de servicios exequiales en el cantón Chaguarpamba – provincia de Loja, misma que se orienta hacia la satisfacción de necesidades de los pobladores en lo que tiene que ver a servicios exequiales, que van desde que fallece un miembro de una familia, su velación hasta su sepelio, sin embargo al realizar las comparaciones con la inversión necesaria se obtiene utilidad, pero sería muy beneficioso realizar mayores inversiones a futuro.

En lo referente a estudio de mercado, se tiene que manifestar que se ha realizado una investigación a las familias del área para establecer los patrones decisorios respecto a los demandantes, se ha obtenido una demanda insatisfecha de 89 velaciones y sepelios anuales, tomando en cuenta que la oferta es cero, al no haber ninguna empresa que preste servicios similares en el área de estudio, se deberá tomar en cuenta que la comercialización del servicio se la realizará de forma directa en los diversos áreas del centro urbano del cantón, sin descartar servir también a barrios aledaños.

El presente proyecto tendrá una vida útil de 5 años y su instalación será en Av. Vía a la Costa y calle olmedo, por la facilidad de movilidad hacia distintos puntos de la ciudad, además por tener facilidad de acoplar la construcción por

ser terrenos planos, cabe mencionar que la capacidad instalada es para atender a 183 personas fallecidas en el año, pero por inicio de actividades se ha tomado un número de 89 personas y en los demás años es progresivo aunque no se pueda calcular con exactitud las personas que fallecerán.

En lo referente a la organización de la empresa, esta es de Responsabilidad Limitada y estará conformada por la Junta General de socios, Gerente, Asesor jurídico, Secretaria, Contadora, y el personal necesario para el proceso del servicio en mención.

Los cálculos económicos y financieros están actualizados con las diferentes obligaciones tributarias, laborales y patronales que se tiene que cumplir para trabajar acorde con las actuales políticas económicas del gobierno, así se tendrá que contar con una inversión total de $60.887,67además en la evaluación se obtuvo un VAN positivo de $25.684,83 una relación beneficio-costo de 1.50 y una TIR de 24.42%, ratificándose la factibilidad de instalación.

Las conclusiones se han estructurado en base a los objetivos del proyecto ya que es el proceso lógico de seguimiento de investigación, de igual forma las recomendaciones en base a las conclusiones para dar de esa forma una mejor orientación a los lectores del presente.

SUMMARY

The project present have like enterprise gestión in exequial serviousin the Chaguarpamba town, and sell de service should satisfy the necessities of the customer about in the meet and pagment at home however at the moment of compare necessary investment in order of get utilities but the best thing is to make more investment in the future to satisfy common market that it can`t be attended in addition the utilities are acceptables even there are lot of credits which should be canceled monthly and for the purchase of active like vehicles, equipment that are done at the be gining at the activities in the future.

The referent proyect could be have a useful life of five years and it´s location will be in es Av. Vía a la Costa y strettOlmedo. To check the feasibility of the present project he/she is carried out the market study using the field investigation, technical of scientific investigation as: bibliographical, of observation, surveys and 183 persons interviews, the same ones that allowed obtaining information related with the demand and the offer.

The company is update in the tributary duties, politic labor, patronal, performancing, with present economic politics of the government. In relation to the organization of the company it is of limited responsibility and will be

confirmed by the general group of members, boss, attoney, secretary, accountant, and the staff needed to the process of service .

In the administration of the Company problems can settle down among which can highlight the lack of incentives for clients, training of the personnel in attention to the client. These aspects are necessary that they are overcome to be able to optimize the profitability of the company on mention.

For the economics calculator development of the present work the methodology was continued that corresponds to a strategic plan, he/she was also defined the internal and external conditions by means of the use of the invention of $60.887,67 those that it allowed us to know the situation of the company objectively VAN of $25.684,83, and a relation cost – benefit of 1.50, an a TIR of 24.42% of security invention.

The conclusions are be of objectives of projectInside this work one also carries out an I diagnose situational, through the external analysis and I intern of the company information that served like base to apply those in hills to lectors the internal and external actors of the same one.

c. NTRODUCCIÓN.

En la actualidad el mundo se está enfrentando a una gran crisis económica, en la cual todos los sectores se ven inmersos tanto Políticos, Sociales, Históricos-Cultural, Científico, Empresariales, Tecnológicos y Educativos; debido a que los países tercermundistas nos encontramos atravesando una etapa de hermetismo total por el dominio en el que nos han encerrado los países y las políticas capitalistas.

Los efectos negativos del terremoto en Japón vendrán sobre todo a la causa del paro económico, provocado por varios factores: el cierre provisional de algunas factorías, como por ejemplo las empresas internacionales Sony, Toyota, Nissan y Honda, los paros de las centrales eléctricas y nucleares y las refinerías de petróleo. Además, la tercera economía más grande del mundo ha tenido que cerrar algunos de sus puertos marítimos principales, lo que dificulta la salida de los productos japoneses y la entrada de los extranjeros.

La humanidad se encuentra atravesando una etapa muy critica que no ha permitido un desarrollo total de la sociedad, una etapa que se enmarca en la concentración de la riquezas del mundo en un pequeño grupo de privilegiados, los mismos que son los que manejan los recursos económicos y naturales de los países; manejo egoísta y a beneficio propio. Lo que se desencadena en los

diversos ámbitos, que frenan el crecimiento en los países en desarrollo, impidiendo el adelanto empresarial.Con las actuales condiciones económicas [1]del país, es cada vez más escaso el empleo, y la posibilidad de invertir es igualmente un riesgo, sin embargo no deja de abrigarse alguna esperanza de estabilización económica, que ayude a confiar en la solidez de las inversiones especialmente en los cantones en donde hay múltiples opciones para invertir ya que los servicios no están copados.En Ecuador, con la globalización, crisis socio económica- empresarialse ha generado quiebre de muchas empresas, pero a la vez los empresarios de países pequeños como el nuestro han tomado la decisión de establecer nuevos servicios orientados a suprimir costumbres tradicionales que se ha mantenido como permanentes a lo largo de los años, así se tiene las fiestas en domicilios, las organizaciones de eventos, los protocolos, logística para fiestas infantiles, servicios de encomienda a domicilios, servicios de belleza a domicilio, etc, pero también se han orientado al sector familias respecto a la manera de velar y enterrar a sus seres queridos que fallecen, así tradicionalmente se realizaban en domicilios, pero esto ha causado siempre incomodidad para los familiares, además que la tramitología y pagos legales en esos momento de dolor hacían crecer más el problema quizá inesperado. Con lo mencionado es pertinente que se modernicen estos servicios existentes en las grandes ciudades en cantones de las diferentes provincias como Chaguarpamba para que se instalen estas empresas para

[1]Ramirez Gustavo L, Microeconmia Ecuatoriana, EdicionLertus, 2004

cambiar caducas costumbres y dar lugar a una dinámica de servicios que generen beneficios para los habitantes de zonas como la mencionada.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

FUNERARIA

La funeraria es un negocio; que cuenta con una personalidad sólida y objetiva pero al mismo tiempo servicial; que sea capaz de hacerles sentir su apoyo a las personas que solicitan su servicio en esos momentos tan difíciles y no aprovecharse de la vulnerabilidad en que se encuentran ante una situación así. Por otro lado quien esté a cargo de un negocio como este tiene que estar consciente de que es muy absorbente, hay que estar disponible las 24 horas del día, los 365 días del año.

IMPORTANCIA

Las casas funerarias preparan sus servicios en común acuerdo con los deseos de los familiares y del fallecido. La funeraria se encarga del papeleo necesario, permisos y otros detalles tales como hacer arreglos en el cementerio.

El servicio fúnebre tradicional en ciudades o pueblos pequeños consta de capilla ardiente, iluminaria y venta de cofre mortuorio si es necesario.

TIPOS DE SERVICIOS

- ✓ Inhumación.

- ✓ Exhumaciones.
- ✓ Cremaciones.[2]
- ✓ Perito traductor.
- ✓ Servicio a domicilio
- ✓ Tramites funerarios
- ✓ Embalsamaciones.
- ✓ Traslado a todo el país
- ✓ Área de exhibición de ataúdes
- ✓ Equipo para desinfectar vehículos, enseres, ropas y demás material. Carrozas.

Conceptos Básicos

- **Párvulo:** Cadáver de una persona hasta con cinco (5) años de edad.
- **Ataúd** : Caja, generalmente de madera o de otros materiales, en que se encuentra dispuesto el difunto.
- **Bóveda:** Espacio al interior de un pabellón o de un mausoleo, destinado albergar un cadáver o restos humanos.
- **Cadáver:** Cuerpo humano sin vida.
- **Cementerio:** Lugares destinados por la administración distrital o por los particulares para la inhumación de cadáveres, restos y cenizas humanas.
- **Cenizas Humanas:** Producto final de la cremación de un cadáver o restos humanos.

[2]AndryColazans. Servicios Funerarios y cremaciones, 2001, Argentina, 3era edición.

- **Certificado de Defunción:** Se debe diligenciar este certificado a todo muerto que haya sido considerado nacdo vivo, aunque la muerte suceda por causa natural o violenta, y para las defunciones que ocurran antes o durante el parto, llamadas muertes fetales. se debe diligenciar el certificado de defunción, como requisito para solicitar la licencia deinhumación.

- **Cremación:** Acción de someter al fuego un cadáver o restos humanos, reduciéndolos a cenizas.

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTO DE FACTIBILIDAD.- Son estudios e investigaciones que se realizan para conocer la viabilidad de una idea de negocio, este aspecto es utilizado por diferentes universidades, empresas y gobiernos locales, el estudio de factibilidad puede ser utilizado para proyectar la implantación de empresas de diferentes actividades debido a que este proceso permite conocer y solucionar todas las variables que puedan existir sobre el tema analizado y presentar conclusiones sobre la implantación del proyecto.

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.- La producciónes un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de

salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.La comercialización es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta). La noción de comercialización tiene distintos usos según el contexto. Es posible asociar la comercialización a la distribución o logística, que se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final.[3]

EMPRESA.- Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

ESTUDIO DE MERCADO.- Es aquel que permite presentar una serie de conceptos, que constituyen un cuerpo unitario y no simplemente un conjunto arbitrario de definiciones, por medio del cual se sistematizan, clasifican y relacionan entre sí los fenómenos particulares estudiados.

Consumidor: Es la persona que identifica sus preferencias, hábitos de consumo, gustos y necesidades para adquirir un bien o un servicio.

[3]CORDOBA, Padilla, marcial.2006.Formulacion y evaluación de proyectos .Ecoe ediciones

Competencia.- Es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de oferentes y una pluralidad de demandantes.

Mercado.-es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio formal y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.

Tipos de Mercado:

a. **Mercado del Consumidor:** En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal, por ejemplo, la ama de casa que compra una lavadora para su hogar.
b. **Mercado del Productor o Industrial:** Está formado por individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.
c. **Mercado del Revendedor:** Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios, por ejemplo, los supermercados que revenden una amplia gama de productos.

d. **Mercado del Gobierno:** Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones. [4]

d.2.4.4Segmentación del Mercado: Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos.

Las variables para la segmentación de mercado son:

a. **Segmentación Geográfica**.- Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas o en todas.
b. **Segmentación Demográfica**.- Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida y nivel de ingresos.
c. **Segmentación Psicográfica.-** Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.
d. **Segmentación por Conducta.-** En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.[5]

[4]http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado
[5]http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml

Demanda: Es la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicio, considerando un precio y en un determinado periodo.

Tipos de Demanda.- En el mercado podemos encontrar los siguientes tipos de demanda:

a. **Demanda Potencial:** Es la demanda futura la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real.
b. **Demanda Efectiva:** Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios.
c. **Demanda Satisfecha:** Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él.
d. **Demanda Insatisfecha:** Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.[6]

Oferta: Cantidad de bienes ofrecidos por los proveedores y vendedores del mercado actual.

Tipos de Oferta.-

a. **Ofertas Simultáneas**: Estas ofertas son las que vienen con los distintos Paquetes de Servicios completos: se pueden modificar,

[6] http://www.elprisma.com/apuntes/economia/demandaoferta/

volver a editar, eliminar, activar…, según las necesidades que tenga la Empresa en cada momento. Se puede poner hasta un tope de ofertas a la vez, y dentro de ese tope, el número de ofertas que se pueden ir publicando es ilimitado. Todas las herramientas de gestión están incluidas.

b. **Inserción Oferta Completa**: Puede comprar una sola inserción o un paquete de inserciones y publicar un número concreto de inserciones en un plazo determinado de tiempo. Todas las herramientas de gestión están incluidas.

c. **Oferta Ciega**: Son ofertas de empleo en las que no se da a conocer la razón social o nombre de la Empresa.[7]

ESTUDIO TÉCNICO.- Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, se considera los datos proporcionados para el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y talento humano.

Tecnología.- Es la descripción detallada, paso a paso de las operaciones individuales que permiten la elaboración de un producto, se debe analizar las

[7]COZPLAN, "Primer Curso Nacional de Formulación y Evaluación de Proyectos". 1999.

tecnologías existentes y se debe elegir la tecnología más idónea para el proyecto.

Tamaño de la Planta.- Es la capacidad de Producción es la cantidad de productos que el proyecto puede producir en un periodo de tiempo

Localización del Proyecto. Consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

- Macro Localización. Localización urbana o rural transporte del personal policía y bomberos, costo de los terrenos, cercanía a carreteras, proximidad al aeropuerto, disponibilidad de vías férreas, cercanía a! centro de la ciudad, disponibilidad de servicios básicos (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico) tipo de drenajes, condiciones de las vías urbanas y de las carreteras, recolección de basuras y residuos, restricciones locales, impuestos, para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

- Micro Localización. Facilidades y costos del transporte, disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos, materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, localización del mercado, características topográficas y costo de los

terrenos, facilidades de distribución, comunicaciones condiciones de vida leyes y reglamentos, clima y acciones para evitar la contaminación del medio ambiente.[8]

Ingeniería.- La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros.

Ingeniería de Proceso.- Es el procedimiento técnico utilizado en el proyecto para producir los bienes o servicios mediante determinadas funciones de producción, comprende el proceso productivo, detalles de obras físicas, detalle de las maquinas, equipos e instalaciones y detalle de los insumos requeridos

Ingeniería de Planta. Es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.[9]

6ESTUDIO ORGANIZACIONAL: El diseño de la estructura organizativa hace referencia a los contenidos y distribución de cada uno de los puestos, por medio de los niveles jerárquicos.

---

[8]http://antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiotecnico.pdf
[9]http://www.slideshare.net/JFMayorgaJ/estudio-tcnico

Estructura Empresarial. Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa, es la estructura organizativa una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible que los recursos especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se presenta por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en esta se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

- **Nivel Directivo.** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido, para su atención está representado por la presidencia.

- **Nivel Ejecutivo.** Este nivel está conformado por el Gerente-Administrador, el cual será nombrado por el Nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

- **Nivel Asesor.** Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado a Mamar a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un asesor Jurídico sin que por ella se descarte las posibilidades de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

- **Nivel de Apoyo.** Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

- **Nivel Operativo.** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente con las labores de producción o el proceso productivo.

Organigramas: Una carta de organización es un cuadro sintético que indica los aspectos importantes de una estructura de organización, incluyendo las principales funciones y sus relaciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada empleado encargado de su función respectiva.

- **Organigrama Estructural.-** En diagrama estructural es aquel que está representado jerárquicamente por el cargo que ocupa en la empresa y el funcional es aquel que está determinado según las funciones que realizan cada uno por diagramas de bloques.

- **Organigrama Funcional.-** Una compañía que está organizada funcionalmente, separa el trabajo sobre la base de pasos, procesos o actividades que se llevan a cabo para obtener un determinado resultado final, identificando y asignando responsabilidades respecto a las funciones indispensables para la supervivencia de la organización, también es agrupar a las personas y unidades sobre la base del trabajo que realizan, incrementa las oportunidades para utilizar maquinaria más especializada y personal mucho más calificado.[10]

Manual de Funciones: Aunque en la formulación de un proyecto no es un aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normatividad interna y sus regulaciones son de competencia de los inversionistas, es importante el plantear una guía básica sobre la cual los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.

[10]http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramas/

- Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:
  a. Relación de dependencia (Ubicación interna).
  b. Dependencia jerárquica (Relaciones de autoridad).
  c. Naturaleza del trabajo.
  d. Tareas principales.
  e. Tareas secundarias.
  f. Responsabilidades.
  g. Requerimientos para el puesto.

Estudio Legal. Este estudio busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas legales que lo rigen en cuanto a la localización, utilización de productos, subproductos, patentes, permiso de funcionamiento entre otros. Se toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, aportaciones sociales y demás obligaciones laborales.

Marco Jurídico. Considerar la normativa legal nacional y local vigente relacionada con su proyecto, registro de la empresa, especificar el capital social suscripto y pagado, los nombres y cédulas de los socios su participación accionaría y conformación de la Junta Directiva, permisos requeridos, zonificación urbana y garantías a presentar.

5ESTUDIO FINANCIERO.

Inversión del Proyecto.- Se refiere a las reparticiones que ocurren o se presentan en la fase pre-operativa y operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: Edificios, maquinaria, terrenos, para gastos de constitución y para capital de trabajo.

Activos. Son todos los bienes que su empresa posee.

Pasivos. Son las deudas de la empresa.

Financiamiento del Proyecto. Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

- **Fuente Interna.-** Constituida por el aporte de los socios.
- **Fuente Externa.-** Constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.

Tasa Interna de Retorno. Conocida también como Tasa de Rentabilidad Financiera (TRF) y representa aquella tasa porcentual que reduce a cero el valor actual neto del Proyecto.

Amortización. Compensación en dinero del valor de los medios fundamentales de trabajo (máquinas, instalaciones, edificios), valor que pasa gradualmente al nuevo producto obtenido en el proceso de producción o a la labor realizada (servicios).

Depreciaciones. La depreciación, por concepto, consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público.

Valor Actual Neto. Conocido también como el valor presente neto y se define corno la sumatoria de los flujos netos de caja anuales actualizados menos la inversión inicial.

Análisis de Sensibilidad. Mediante el análisis de sensibilidad se determina si el proyecto es factible o no, especialmente en el aumento de los costos y la disminución de los ingresos.

Costos.- Es la suma de recursos y esfuerzos que se han invertido para producir algo útil.

Costos Fijos.- Son gastos que no cambian con el volumen total de las ventas o la cantidad de modificaciones que se realizan en la producción.

- **Costos Variables.-** Permite conocer las tasas de rendimiento que tiene la empresa sobre sus activos, así como la proporción de fondos no relacionados con el capital utilizado en el negocio a través de la recopilación de información.

Precio de Venta.- Se determina agregándole al costo total el margen de utilidad deseable.

Punto de Equilibrio.- "Es el punto en el cual a cierto volumen de producción o ventas, la empresa no gana ni pierde."[11]

Presupuesto.- El presupuesto es un documento que permite a las empresas, los gobiernos, las organizaciones privadas y las familias establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos.

- **Presupuesto de Ventas.-** Son estimados que tienen como prioridad determinar el nivel de ventas real y proyectado de una empresa, para determinar límite de tiempo.

[11] www.gestiopolis.com/recursos/.../presuarvey.htm

- **Presupuesto de Inventario.-** Es un elemento indispensable en la formalización del programa de casi todas las funciones de la empresa es necesario presupuestar la cantidad de artículos para cubrir la demanda del presupuesto de ventas.[12]
- **Presupuesto de Producción.-**El Presupuesto de producción es aquel que va desde la adquisición de la materia prima hasta la transformación de la misma, con la utilización de los recursos técnicos, tecnológicos y humanos que sean para la obtención de un producto útil.
- **Presupuesto de gasto de producción.-** Son todas aquellas erogaciones indirectas indispensables para que se pueda llevar a cabo la fabricación del producto

El Cantón Chaguarpamba

Chaguarpamba, palabra del dialecto palta, formada por dos vocablos: chahuar=penco, cabuyo; y pamba llanura, planada, superficie plana; por tanto su significado es, llanura de chaguarqueros o cabuyos; planta típica de este lugar. Se encuentra a una distancia de 111.4 Km de la ciudad de Loja, es un

[12]http://www.monografías.com/trabajos26/proyecto-estudiofinanciero.shtml

paso obligatorio hacia la costa, concretamente a la provincia de El Oro, tierra eminentemente agrícola y ganadera, cuenta con 10403 habitantes.[13]

DATOS GENERALES:

Cabecera cantonal: Chaguarpamba

Altitud: 1050 m.s.n.m

Temperatura promedio: 22 ºC

Superficie: 315 Km^2

Clima: Templado parte alta y Calido húmedo en la parte baja

Ubicación: Norte de la provincia de Loja

Limites:

- Norte: Provincia de El Oro
- Sur: Cantón Olmedo
- Este: Cantón Catamayo
- Oeste: Cantón Paltas

División política:

1 parroquia urbana, 4 parroquias rurales y 40 barrios

Parroquias urbanas:

Chaguarpamba

Parroquias rurales:

Amarillos, Buenavista, El Rosario y Santa Rufina

[13] www. Informativo Zonal de Provincias de la Región Sur, Magap - 2003

FIESTAS TRADICIONALES

27 de diciembre, fiesta cívica, aniversario de cantonización, 5 de agosto, fiesta religiosa en honor a la Virgen de la Nube, patrona del cantón, feria comercial de productos agrícola y animales domésticos; colaciones, vasija cerámicas, utensilios de madera, tejidos de algodón y cabuya, productos agrícolas, ganado: ovino, quino, porcino, caprino y aves.

ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Centro histórico: en el centro urbano se destaca el asimétrico porque la Madre y su Iglesia Matriz de atractiva construcción arquitectónica; en el cruce de la vía y la calle principal, se levanta el llamativo monumento trabajador campesino Chaguarpamba.

Petroglifos de Misquillana: En el caserío de ese nombre, existen dos bloque de piedra plana; el primero de 1.8 m de largo por 1.3 m de ancho, en cuya superficie están excavados tres tacines, son perforaciones que hacían los más antiguos aborígenes paltas, las llenaban de agua y les servían de espejos astrales.

En la segunda piedra de tipo ovoide de 1.5 m de largo por 1.2 m de ancho, se ha grabado mediante línea incisa un ideograma con la figura del sol, cuyos rayos están inferidos por líneas horizontales paralelas, formando cuadros

simétricos a manera de planos de ciudades, que hacen al visitante deducir que se tratan de representaciones cósmicas.

Balneario El Guineo: es un balneario natural formado por una blanquecina chorrera y un buen remanso, ubicado en la quebrada Guadúas a pocos km de la carretera que conduce a la costa.

El río Pindo: en el puente interprovincial entre Loja y El Oro está ubicado este sitio turístico muy concurrido, por cuanto el caudaloso río Pindo forma tranquilos vados de fresca límpida agua que es aprovechada por los turistas lugareños y foráneos que la visitan. Complementan este lugar turístico dos buenos salones de sabrosas y variadas comidas típicas.

Balneario Las juntas: ubicado a pocos kilómetros de Chaguarpamba, en la unión de los ríos Ambocas y Saraguallas, aquí se forma un gran remanso que es aprovechado por los bañistas los fines de semana y días de descanso, a mas de propiciar el camping bajo las frondosas copas de las plantas de mango, guabo macheton y ciruelos.

El cerro Surapo, Pan de Azúcar: ubicado al occidente de la ciudad, es un atractivo muy insinuante para la práctica del turismo de montaña; se puede ascender a la cumbre en una caminata de dos horas, por senderos peatonales, desde donde se puede ascender a la cumbre en una caminata de dos horas,

por senderos peatonales, desde donde se puede admirar amplios panoramas que dan solaz al espíritu humano.

e. Materiales y Métodos

Materiales

- Suministros de oficina
- Viáticos
- Copias e impresiones
- Gastos asesoría jurídica
- Gastos en asesoría industrial
- Gastos en asesoría civil

Métodos

Los elementos necesarios a utilizarse para el desarrollo del presente proyecto fueron métodos y técnicas apropiadas para obtención, análisis, estructura y presentación de resultados que determinaron la factibilidad del proyecto.

Método Científico: El cual permitió estructurar el tema en base a una problemática, de la misma que se desglosan los objetivos, para mediante un proceso investigativo muestral llegar a la discusión de premisas obtenidas y estructurar las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

Método Deductivo: Ayudo a obtener información general como la población y aspectos generales del cantón Chaguarpamaba, así como también determino si el proyecto es viable a ejecutarse a través de la deducción de la información

como el número de personas por familia a nivel nacional, la inflación anual, censos etc.

Método Inductivo: Se utilizó para realizar el estudio de mercado, permitió además analizar los resultados obtenidos a las personas encuestadas y determinar datos exactos de los moradores del sector.

TÉCNICAS.

Recolección Bibliográfica: Con esta técnica se recolectó información sobre los temas a desarrollarse en el marco teórico basando en libros, revistas, documentos relacionados con la temática y el objeto de estudio.

Observación: Se utilizó para obtener una visión más clara sobre la realidad del cantón en mención respecto a servicios funerarios y de esta forma poder establecer los requerimientos de la ciudad.

Encuesta: Se aplicó de manera personal a las familias del sector urbano Cantón Chaguarpamba mediante un listado de preguntas escritas preestablecidas.

El estudio de mercado se lo realizó en el Cantón Chaguarpamba (sector urbano), a través de las técnicas anteriormente descritas, con el fin de determinar la oferta y demanda existente del servicio.

Población y Muestra

El universo para obtener la muestra está constituido por las familias urbanas del Cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja. Que según la proyección realizado por INEC, la población urbana es de 1050 familias del 2011, datos con el cual determinaremos la muestra respectiva.

CUADRO Nro 1

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN CHAGUARPAMBA

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL URBANA (Personas)	Población – Chaguarpamba / 4 Por familias
2010	4120	**1030**
2011	4198	**1050**
2012	4278	**1070**
2013	4359	**1090**
2014	4442	**1111**
2015	4527	**1132**
2016	4613	**1153**

Fuente: Inec Censo 2010
Elaborado: El Autor

Cabe mencionar que a cada una de las variables existentes en la fórmula, se le aplicará un valor como se demuestra a continuación.

SIENDO LA FORMULA:

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población urbana=1050

e = error, se aplica el 5%

DESARROLLO DE LA FORMULA

$$n = \frac{1050}{1 + (0.05)^2 (1050)}$$

$$n = \frac{1050}{1 + (0.0025)(1050)}$$

$$n = \frac{1050}{3.625}$$

$$n = 290 encuestas$$

La forma en que se aplicaron las encuestas es por proporción poblacional como se muestra a continuación.

Norte	19.31%
Centro	53.79%
Sur	26.90%
TOTAL	**100**

Procedimiento Utilizado

En el proceso lógico se realizó secuencialmente,se empezó con una muestra poblacional aplicada en el cantón en estudio para estructurar un estudio de mercado que nos permitirá obtener información, luego se procedió a tabular las encuestas, las mismas que sirvieron para efectuar el análisis y discusión de resultados; y, así poder realizar el análisis del mercado (demanda ofertaetc).

Luego, se ejecutó el estudio técnico, determinando el tamaño, localización, el diseño de la planta así como la ingeniería del proyecto; Además, el estudio de la estructura Jurídica y Administrativa con la que contará la empresa, para posteriormente establecer el estudio financiero en el cual se determino la inversión y financiamiento paraluego realizar la respectiva evaluación utilizando los índices del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y el Análisis de Sensibilidad, determinado así la factibilidad del presente.

Finalmente en base a los objetivos y resultados obtenidos, se formularon las conclusiones y recomendaciones del proyecto presente.

f. RESULTADOS

TABULACIÓN DE DATOS

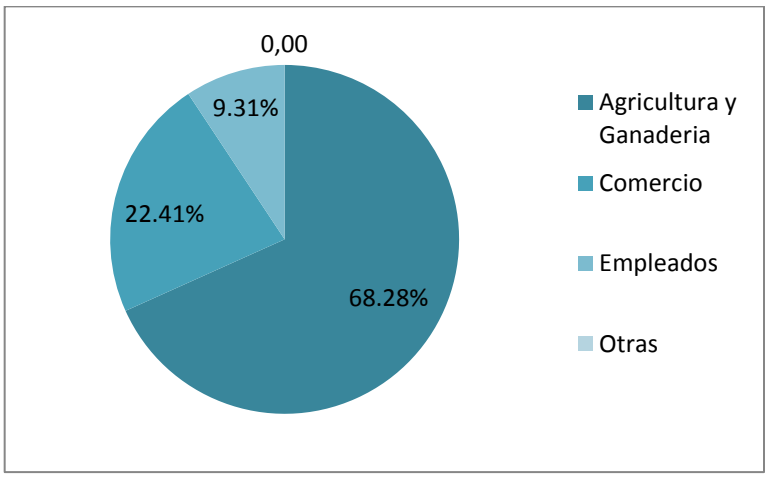
ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS

1. **¿A qué actividad o actividades se dedica ud y su familia?**

CUADRO Nº 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Agricultura y Ganadería	198	68.28
Comercio	65	22.41
Empleados	27	9.31
Otras	0	0.00
TOTAL	**290**	**100**

GRÁFICO Nº 1



Interpretación.- Los datos obtenidos fueron los siguientes un 68.28% nos respondieron que se dedican a la agricultura y ganadería, un 65% al comercio y un 9.31% son empleados públicos o privados, esta es la orientación que se

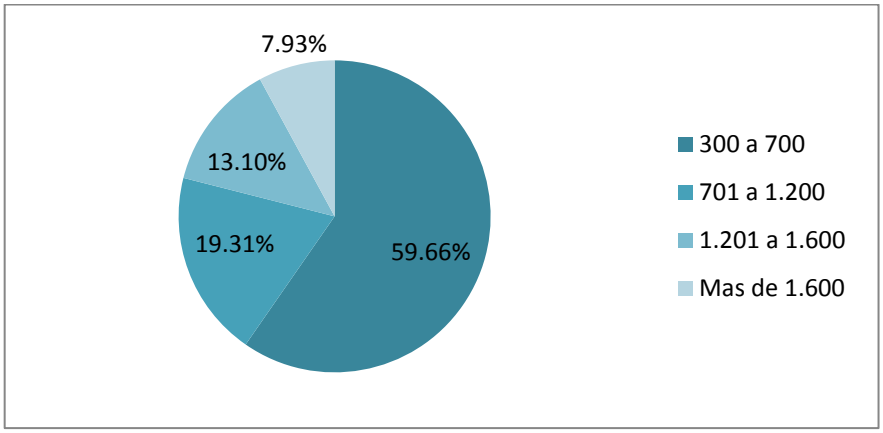
presenta respecto a la dedicación de las familias encuestadas, sin embargo esta información es de tipo general y no segmenta el mercado en estudio.

2. **¿Cuál es el total de ingresos mensual de su familia?**

CUADRO Nº 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
300 a 700	173	59.66
701 a 1.200	56	19.31
1.201 a 1.600	38	13.10
Mas de 1.600	23	7.93
TOTAL	**290**	**100.00**

GRÁFICO Nº 2



Interpretación.- El objetivo de la siguiente pregunta es conocer los diferentes ingresos que tienen las familias y saber si están en la capacidad de adquirir los servicios así entre el 59.66% tienen ingresos de hasta 700 dólares, un 19.31% de 701 hasta 1.200, de 1.201 a 1.600 un 13.10% y por ultimo un 7.93% que reciben más d e 1.600 dólares mensuales, ahora como la empresa puede dar crédito para los servicios exequiales no se segmentara tampoco en esta pregunta ya que el fallecimiento de una persona a veces es inesperado y los

familiares tienen que ver de donde obtienen dinero para la sepultura ya que también están obligaos por la ley.

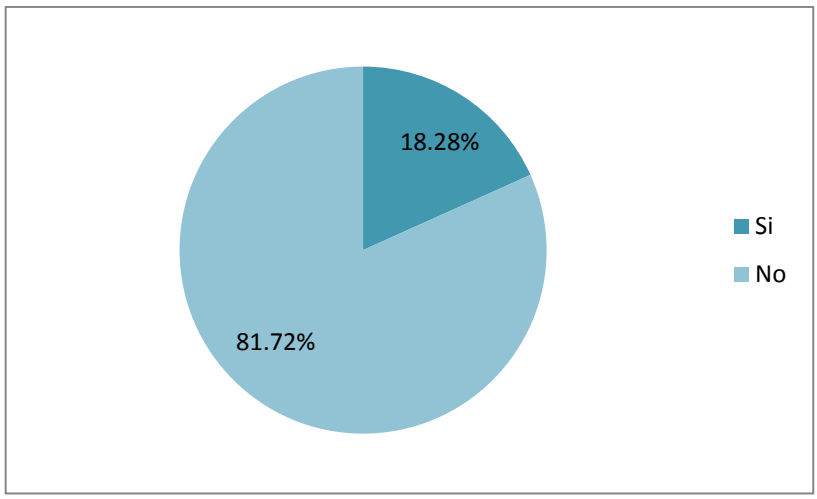
DATOS INVESTIGATIVOS:

3. **¿Ud y su familia por fallecimiento de algún familiar ha utilizado alguna vez los servicios de funeraria?.**

CUADRO Nº 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	53	18.28
No	237	81.72
TOTAL	**290**	**100.00**

GRÁFICO Nº 3



Interpretación.- Con la aplicación de esta pregunta conoceremos las familias que alguna vez han tomado servicios exequiales para algún familiar fallecido aunque haya sido en otra ciudad, así un 18.28% manifiesta haber hecho uso

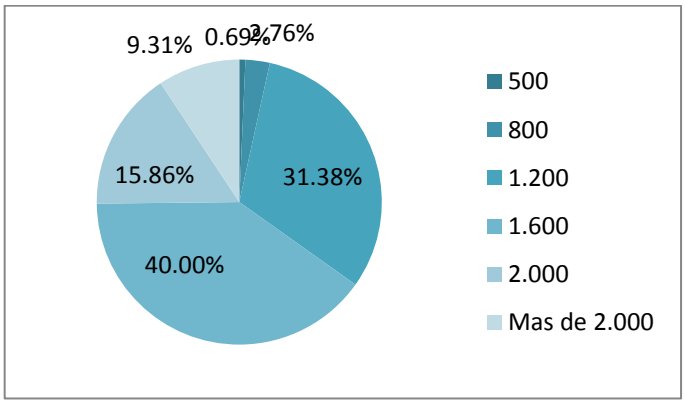
de los servicios en mención y un 81.72% nunca lo a realizado quizá por que en el cantón en estudio no hay un centro de servicios exequiales.

4. **¿Cuando ha fallecido algún miembro de su familia, indique el monto total que han gastado por concepto de alquiler de funeraria, ataúd, arreglos florales, tramites legales etc?.**

CUADRO Nº 5

ALTERNATIVAS EN DÓLARES	FRECUENCIA	%
500	**2**	0.69
800	**8**	2.76
1.200	**91**	31.38
1.600	116	40.00
2.000	46	15.86
Mas de 2.000	27	9.31
TOTAL	**290**	**100**

GRÁFICO Nº 4



Interpretación.- Esta pregunta tiene como objetivo establecer un promedio de gastos cuando fallece una persona en los cuales esta los tramites legales,

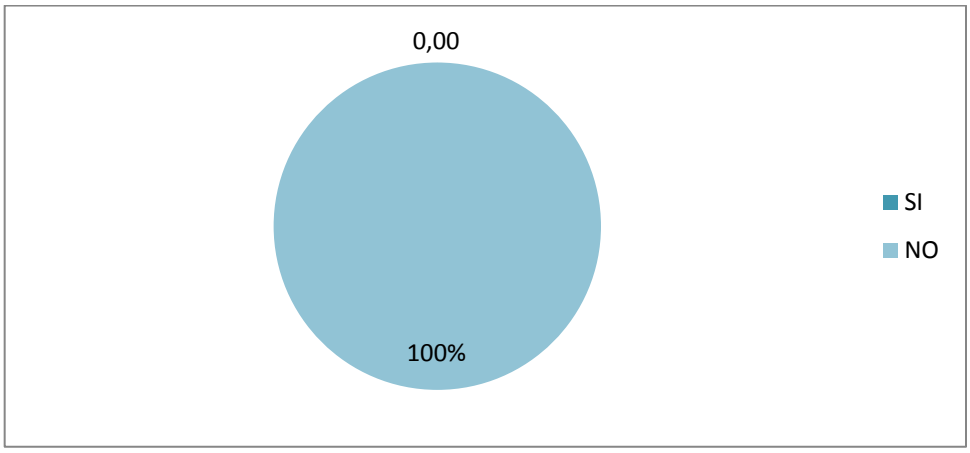
funeraria, traslado, etc, así se tiene que un 40% ha gastado aproximadamente 1.600 dólares, un 31.38% 1.200, un 15,86% 2.000 y un 9.31% mas de 2.000, ahora los mas bajos se tiene un 2.76% hasta 800 y un 0.69% 500 dólares, esta información por supuesto es según ls preferencias de los familiares o de su capacidad económica.

5. **¿En el cantón conoce Ud algún lugar , asociación o centro que brinde servicios de funeraria y exequiales en general ?.**

CUADRO Nº 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	**0**	0.00
NO	**290**	100.00
TOTAL	**290**	**100.00**

GRÁFICO Nº 5



Interpretación.- La siguiente pregunta es para obtener información de otros centro de servicios exequiales, por lo que han respondido mayoritariamente con

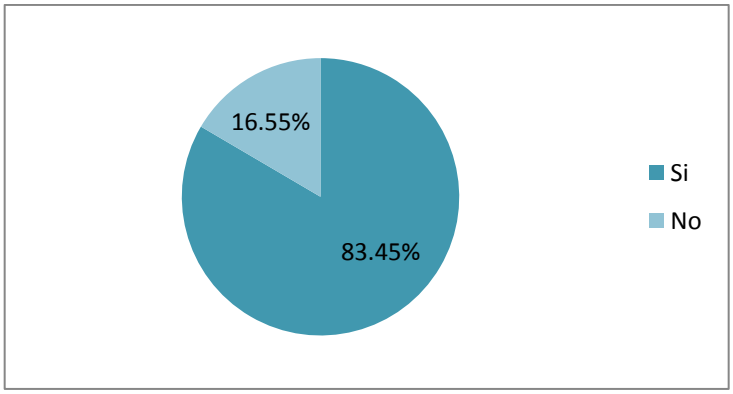
un 100% que no conocen un lugar para las velaciones y oferta de los demás servicios, es así que los encuestados manifiestan que por en la infraestructura del Municipio existía una local para velación pero no con las luminarias, pero que en la actualidad funciona un laboratorio químico, y no hay lugar para velaciones y mas servicios.

6. **¿Si en la ciudad de Chaguarpamba se llega a instalar el centro de servicios exequiales haría Ud uso del ellos para algún familiar que fallezca?.**

CUADRO Nº 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	242	83.45
No	48	16.55
TOTAL	**290**	**100.00**

GRÁFICO Nº 6



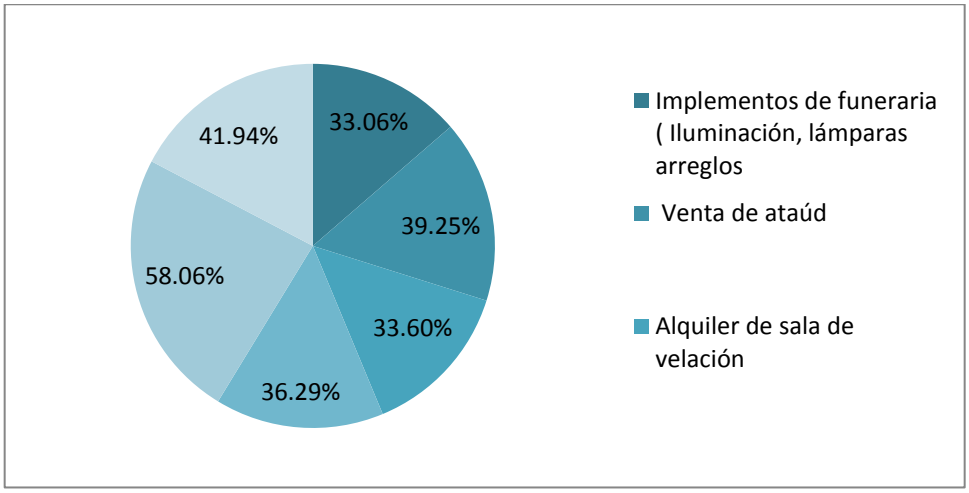
Interpretación.- El objetivo de ésta pregunta es obtener la Demanda Efectiva, para conocer las familias que efectivamente harán uso de los servicios en caso de llegarse a instalar, así responden un 83.45% que si lo hará y un 16.55% que responde que no esto por que quizás guardan la costumbre de velar aun en los domicilios etc. Más adelante se establecerá el proceso de segmentación con el porcentaje mencionado.

7. **¿Si respondió afirmativamente en la pregunta anterior , en caso de que fallezca algún familiar que servicios desearía hacer uso de los siguientes que brindaría el centro de servicios exequiales?.**

CUADRO Nº 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Implementos de funeraria (Iluminación, lámparas arreglos	123	33.06
Venta de ataúd	146	39.25
Alquiler de sala de velación	125	33.60
Servicios de coche	135	36.29
Tramites legales en el Seguro, si es afiliado el fallecido	216	58.06
Tramites Legales de Sanidad	156	41.94

GRÁFICO Nº 7



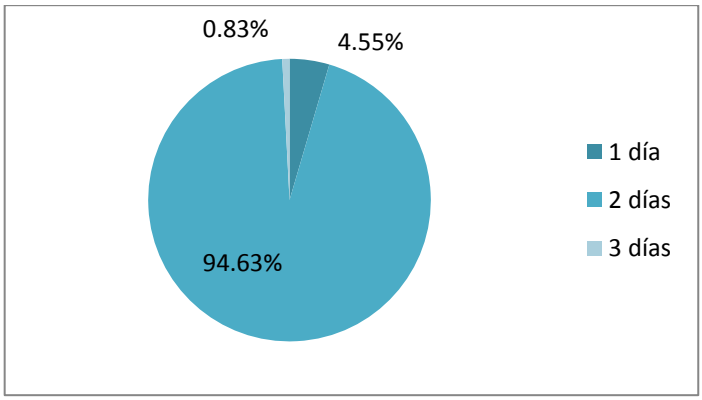
Interpretación.- Respecto a las respuestas recibidas se tiene que las respuestas son múltiplesósea han escogido varias alternativas a la ves, asi se tiene que un 58.06% desean tramites en el seguro un 41.94% tramites legales, un 33.60 sala de velación, un 39.25 venta de ataúd y un 33.06% implementos de funeraria, iluminación etc. Con esta información no segmenta el mercado ya que la empresa podría tomar la decisión de solamente dar servicio con paquete completo.

8. **¿ Al fallecer uno de sus familiares, que tiempo en días ocuparía los servicios exequiales ofertados?.**

CUADRO Nº 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1 día	11	4.55
2 días	229	94.63
3 días	2	0.83
TOTAL	**242**	**100**

GRÁFICO Nº 9



Interpretación.-

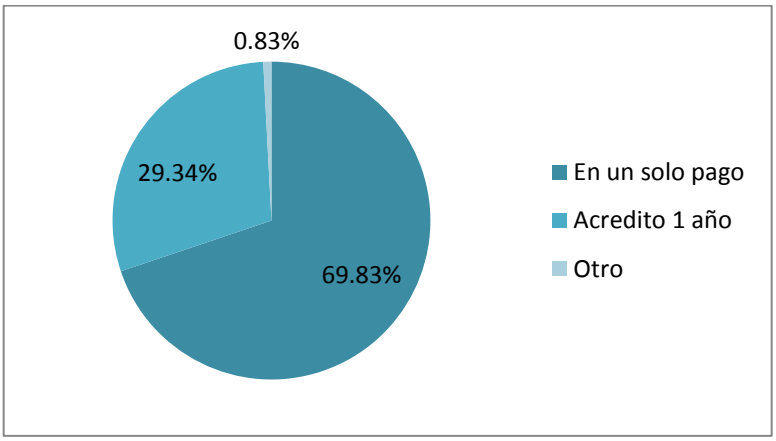
En lo referente a la preferencia de tiempo de uso de servicios exequialescreo que la opción de dos días es la más opcionada, ya que por costumbre se vela a los difuntos 2 días esto opina un 94.63%, sin embargo existe un 4.55% que prefiere 1 día y el 0.83% tres días, de todas maneras esta información define el uso promedio de 2 días.

9. ¿Cómo preferiría el pago de los servicios?.

CUADRO Nº 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
En un solo pago	169	69.83
Acredito 1 año	71	29.34
Otro	2	0.83
TOTAL	**242**	**100**

GRÁFICO Nº 9



Interpretación.-

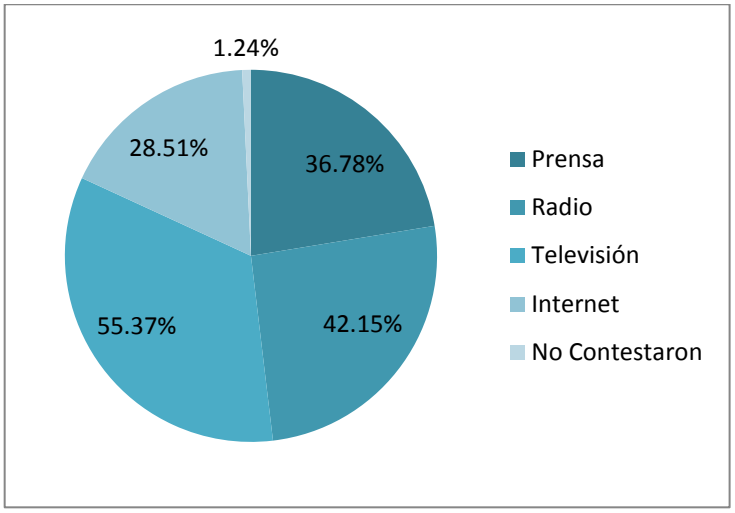
En lo referente a la preferencia con el pago de los servicios creo se puede dar una opción de financiamiento primeramente por el momento que no es planificado y por el precio final, esto por que se tienen que un 69.83% que pueden realizar un solo pago popr su capacidad económica, sin embargo hay un importante sector el 29.34% que desean facilidad en el pago para el lapso de un año.

10¿Por qué medios le gustaría que se haga la publicidad de los servicios del centro?.

CUADRO Nº 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Prensa	89	36.78
Radio	102	42.15
Televisión	134	55.37
Internet	69	28.51
No Contestaron	3	1.24

GRÁFICO Nº 10



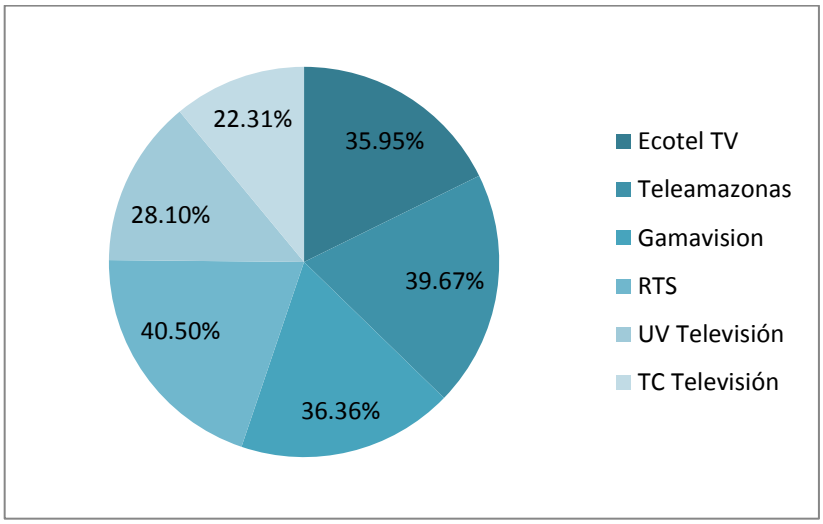
Interpretación.- Los resultados obtenidos son los siguientes un 55.37% prefiere la televisión, un 42.15% la radio, el 36.78% la prensa, además hay que tomar en cuenta el internet con un 28.51%, esta información sirve para luego establecer que canales o emisoras son las mas sintonizadas para la publicidad.

11¿Si su respuesta fue La Televisión ¿En qué canal prefiere?

CUADRO Nº 12

CANAL	FRECUENCIA	%
Ecotel TV	87	35.95
Teleamazonas	96	39.67
Gamavision	88	36.36
RTS	98	40.50
UV Televisión	68	28.10
TC Televisión	54	22.31

GRÁFICO Nº 11



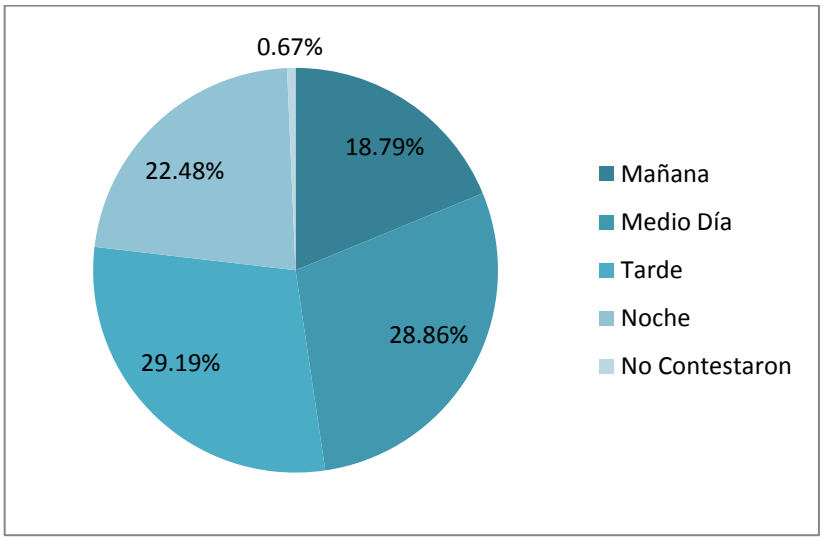
Interpretación.- El objetivo de esta pregunta es saber en que canal es conveniente para la empresa realizar la publicidad , en este cao se tiene aEcotel con 35.95%, teleamazonas con 39.67%,UVTelevisión con 28.10%, RTS con 40.50% TC con 22.31%, de aquí que se tomara el canal con bajos precios para aplicar la publicidad.

12¿Qué horario le gustaría que fuera transmitido?

CUADRO Nº 13

HORARIO	FRECUENCIA	%
Mañana	56	18.79
Medio Día	86	28.86
Tarde	87	29.19
Noche	67	22.48
No Contestaron	2	0.67
TOTAL	**298**	**100**

GRÁFICO Nº 12



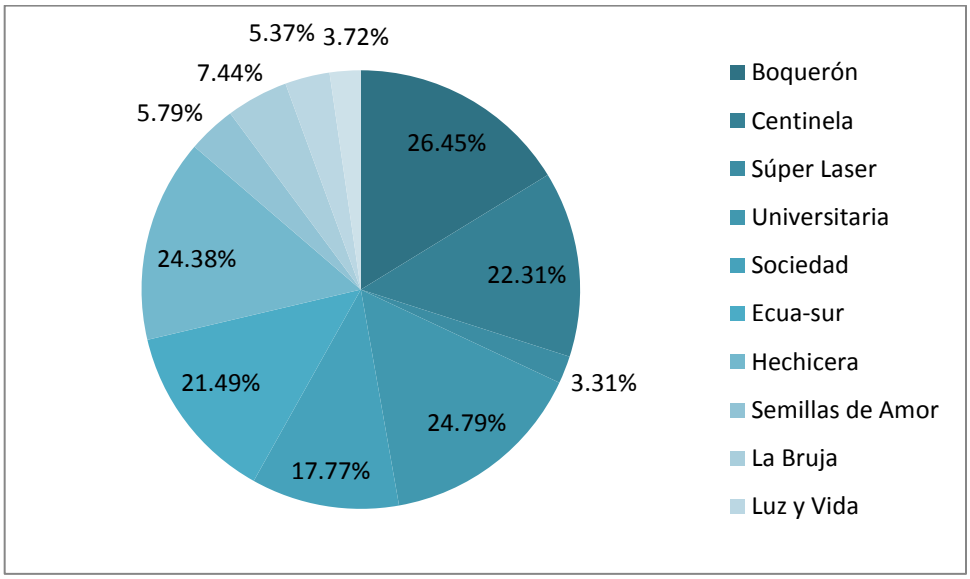
Interpretación.- Con los porcentajes expuestos y considerando que las respuestas son múltiples en la mañana, tarde y noche se pasará la publicidad en los tres horarios pero teniendo en cuenta el mayor porcentaje que es en la tarde con el 29.19%.

13¿Si su respuesta fue La Radio ¿Cuál emisora prefiere?

CUADRO Nº 14

RADIO	FRECUENCIA	%
Boquerón	64	26.45
Centinela	54	22.31
Súper Laser	8	3.31
Universitaria	60	24.79
Sociedad	43	17.77
Ecua-sur	52	21.49
Hechicera	59	24.38
Semillas de Amor	14	5.79
La Bruja	18	7.44
Luz y Vida	13	5.37
Poder	9	3.72

GRÁFICO Nº 13



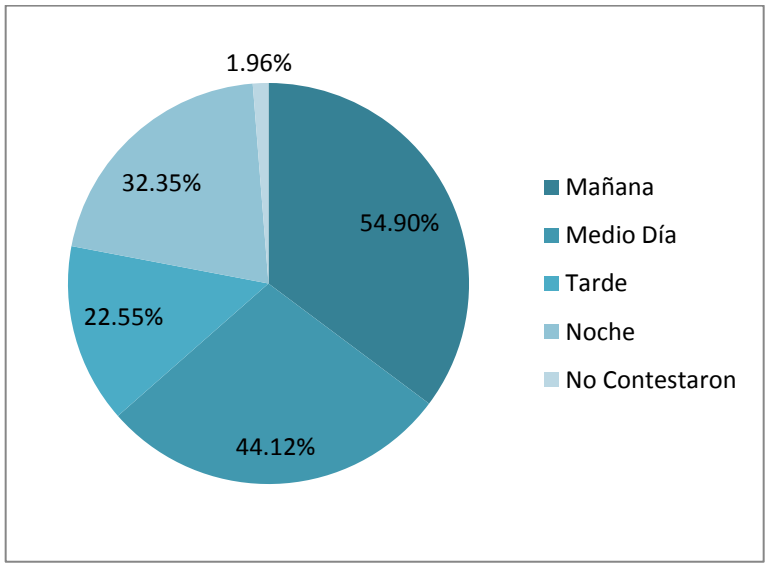
Interpretación.- El objetivo de la siguiente pregunta es saber cuál sería la mejor opción en radio para la publicidad, así se tiene que un 26.45%prefieren radio boquerón, 22.31% Centinela del Sur, 24.79% Universitaria, Hechicera 24.38%, las más opcionadas.

14. ¿Qué horario le gustaría que fuera transmitido?.

CUADRO Nº 15

HORARIO	FRECUENCIA	%
Mañana	56	54.90
Medio Día	45	44.12
Tarde	23	22.55
Noche	33	32.35
No Contestaron	2	1.96

GRÁFICO Nº 14



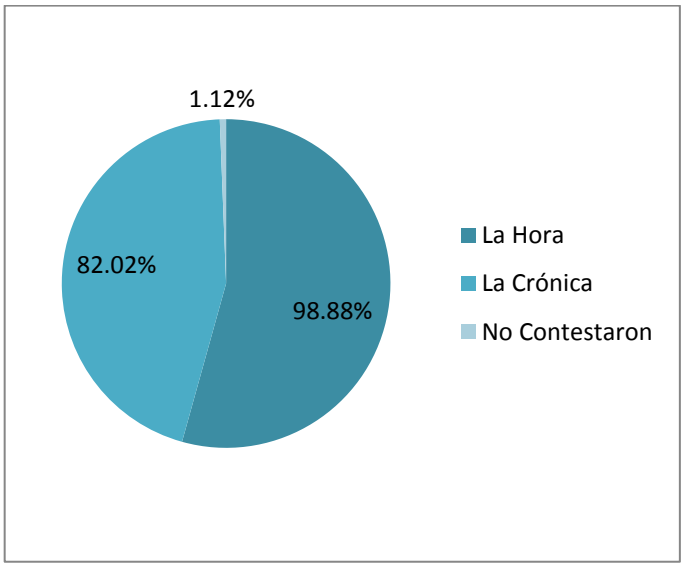
Interpretación.- Con el propósito de saber cuál sería el mejor horario para transmitir la publicidad mediante la Radio aplicamos la siguiente encuesta obteniendo como resultado lo siguiente: En la mañana contestaron 54.90%, un 44.12% al medio día, un 22.55% en la tarde y un 32.35% en la noche.

15¿En caso de la prensa

CUADRO Nº 16

PRENSA	FRECUENCIA	%
La Hora	88	98.88
La Crónica	73	82.02
No Contestaron	1	1.12

GRÁFICO Nº 15



Interpretación.- Se ha obtenido que diario La Hora es el mas posicionado en el presente área de influencia con un 98.88% seguido por la Crónica con un 82.02%, esto ayuda de igual forma para estructurar un paquete publicitario tomando en consideración todo lo referido hasta aquí.

g. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

ESTUDIO DE MERCADO

La presente propuesta estructura un estudio de mercado para establecer la dinámica de los servicios a ofertar.

Objetivos del Estudio de Mercado:

- Realizar una segmentación correcta y sistematizada del mercado.
- Establecer gustos y preferencia de la población en cuanto a servicios exrquiales del área.
- Establecer los diferentes tipos de demandas pertinentes al tema.
- Establecer la frecuencia Anual de los servicios.
- Establecer la oferta, empresas competidoras.
- Establecer la demanda insatisfecha de los servicios .
- Establecer las estrategias de mercado las 4P. (Producto, Precio, Plaza, Promoción).

El presente estudio de mercado está organizado y analizado sobre la base de la aplicación de una técnica de investigación como es la encuesta, la cual fue realizada a las familias del cantón en estudio, sus resultados han permitido

realizar una segmentación correcta del mercado, basados en costumbres, gustos y preferencias respecto a servicios exequiales.

Es necesario manifestar que al hablar de segmentación del mercado, se refiere a la determinación cuantitativa de la demanda actual, potencial y efectiva, además verificar la oferta actual si existe para llegar a obtener el total de la demanda insatisfecha, con los resultados de las encuestas y mediante su tabulación, se puede apreciar cómo se encuentra la dinámica comercial respecto a los servicios a ofertar , pudiendo planificar estrategias y políticas de mercado que consientan tener ventajas sobre la competencia y sobre todo que los servicios tengan la aceptación esperada y llegue a satisfacer las necesidades de todo el estrato social del área de influencia.

Es necesario además aclarar que el presente proyecto se lo ha estructurado para 5 años de vida útil por razones de inestabilidad de la economía ecuatoriana.

Características del Servicio

Los servicios que se pretende ofertar con la puesta en marcha del presente proyecto, son los exequiales, lo que es el servicio de funeraria, ataúd, tramites legales de sanidad, registro civil, coche de traslado etc,

En Chaguarpamba actualmente es una población que esta creciendo y necesita de más servicios empresariales básicos. Pero también otros que tengan tendencia a facilitar el sepelio de un ser querido, esto referente a traslado, velación de restos, principalmente a esto por que ya no se acostumbra a velar a los difuntos en los domicilios, ya sea por espacio, incomodidad etcaunque es necesario aclarar que hay familias de la parte rural principalmente que permanecen con las costumbres mencionadas

ESTUDIO DE LA DEMANDA

El estudio de la demanda constituye una fase fundamental del estudio de mercado, y facilita determinar en forma cuantitativa la demanda potencial y efectiva, datos que servirán más adelante para la toma de decisiones con respecto a implantar la presente empresa en Chaguarpamba. Es necesario exponer que para el análisis de la demanda se procederá a **segmentar el mercado en forma ordenada y sistemática**, es decir, según los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas se obtienen las demandantes actuales, potenciales y efectivas o futuras.

DEMANDA ACTUAL

Se llama demandantes actuales a todas aquellas persona de toda edad que pueden dejar de existir en cualquier momento por diversos motivos, hay que

aclarar que aunque las encuestas se las realizó a las familias por que al momento de morir uno de sus miembros los que deciden que tipo de sepelio le darán al difunto son ellos, seguidamente se expone el cuadro donde se muestra el crecimiento de la población urbana del área en estudio.

CUADRO Nro 18

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA DE CHAGUARPAMABA

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL URBANA (Personas)	Población – Chaguarpamba / 4 Por familias
2011	4198	1050
2012	4278	1070
2013	4359	1090
2014	4442	1111
2015	4527	1132
2016	4613	1153

FUENTE: Inec de Loja
ELABORACIÓN: El Autor

DEMANDA POTENCIAL

Partiendo de la demanda actual obtenida, se establece la demanda potencial considerando la tasa de mortalidad para la zona establecida por el INEC, esto por que es impredecible calcular el número de personas que posiblemente mueran en un periodo determinado, así se tiene que la tasa de mortalidad

anual para el área en estudio es de 2.50% anual, sin interesar la edad,género y las circunstancias de los fallecimientos.

Con lo mencionado se ha procedido a proyectar con el 2.50% las personas que podrían morir para cada año, ya que son potenciales al momento en que los familiares podrían o no hacer uso de los servicios que pretende ofertar la empresa presente.. Seguidamente se expone el cuadro explicativo de la demanda potencial para los 5 años de vida útil.

CUADRO Nº 19

CUADRO DE OBTENCIÓN Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

AÑO	POBLACIÓN URBANA (Personas)	TASA DE MORTALIDAD	DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA (Personas)
2012	4278	→ **2.50%** →	107
2013	4359		109
2014	4442		111
2015	4527		113
2016	4613		115

FUENTE: Cuadro Nro 7 de la Tabulación de datos
ELABORACIÓN: El Autor

DEMANDA EFECTIVA

Una vez que se ha obtenido la demanda potencial para el proyecto es necesario determinar los resultados de las encuestas, en lo que tiene que ver a que si las familias encuestadas están de acuerdo en la decisión de que si fallece algún

miembro de sus familia, harán uso de los servicios exequiales que ofrecerá la empresa, así han respondido que sí a esta pregunta un **83.45%** del total,es decir, 242 familias, con este dato se procede a segmentar el mercado para obtener la demanda efectiva. Hay que aclarar que lógicamente para estos servicios no hay uso percapita anual ya que no se puede pronosticar cuantos miembros de una sola familia pueden morir en un año. Seguidamente se expone el cuadro explicativo completo desde la demanda actual para que los lectores entiendan de mejor manera el procedimiento para llegar a obtener la demanda efectiva del presente.

CUADRO Nº 20

CUADRO DE LA OBTENCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA

AÑO	POBLACIÓN URBANA (Personas)	TASA DE MORTALIDAD	DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA (Personas)	DEMANDA EFECTIVA 83.45% (Personas)
2012	4278	→ **2.50%** →	107	89
2013	4359		109	91
2014	4442		111	93
2015	4527		113	94
2016	4613		115	96

FUENTE: Cuadro Nro 7 de la Tabulación de datos
ELABORACIÓN: El Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Como oferta se puede manifestar que se refiere a toda la cantidad de bienes o servicios que están siendo ofertados en el mercado en estudio y que representarían competencia ante la decisión del consumidor final o familias en este caso.

Teniendo en cuenta los resultados de las encuestas aplicadas a las familias , se ha obtenido en la pregunta Nro5, donde se pregunta respecto a que si conocen un centro o lugar para velación y más procesos exequiales en Chaguarpamaba que un 100% responden que no hay lugar alguno que oferte uno o todos los servicios de funeraria, sepelio, transporte de restos etc.

Con lo resultados obtenidos, por lógica y por observación directa en el area de estudio se ubica como oferta cero en este tipo de servicios, por lo cual es una ventaja para la empresa al no contar con competencia, siendo el trabajo más fácil promocionar la empresa. Por lo mencionado se ubica oferta cero.

CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA DEL SERVICIO.

Es necesario en toda investigación de mercado llegar a determinar si en el área en estudio existe o no clientes o usuarios que están insatisfechos con los

productos que se ofertan actualmente en el mercado, así es básico aclarar que pueden haber cambios en los gustos y preferencias de los clientes, es decir, pueden no comprar actualmente los servicios en estudio, pero al no existir oferta quedarían las mismas personas de la demanda efectiva como demandantes insatisfechos.

Para la obtención de la demanda insatisfecha del proyecto se realiza una resta entre la demanda efectiva y la oferta total.

CUADRO Nº 21

OBTENCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Años	DEMANDA EFECTIVA (Personas)	OFERTA TOTAL (Servicios exequiales)	DEMANDA INSATISFECHA (Personas)
2012	89	-	89
2013	91	-	91
2014	93	-	93
2015	94	-	94
2016	96	-	96

FUENTE: Cuadro Nro29
ELABORACIÓN: El Autor

ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS DE MERCADO PARA EL SERVICIO.

Se puede analizar las estrategias de mercado, como el conjunto de técnicas planificadas y diseñadas por la empresa para permitir que sus servicios lleguen a los usuarios de la manera más eficiente posible y mantenerse en el mercado.

Las estrategias serán planificadas de acuerdo a la demanda insatisfecha, a la competencia y según los resultados de las encuestas con respecto a precio, plaza, publicidad y promoción, será necesario también ver los canales de comercialización que usa aunque por simple deducción será el directo.

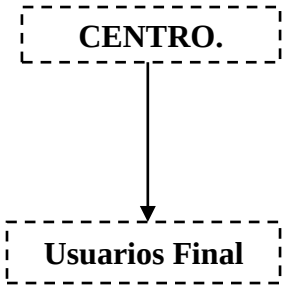
Análisis del Servicio

El servicio es un elemento fundamental del estudio de mercado, ubicándose en lo que la empresa pretende vender, además de las características que deben tener. En el análisis del servicio es necesario hacer una relación entre las características de este y las del cliente, para así adaptarlo al mercado, la presentación de los servicios serán de carácter formal y aunque el momento de la muerte de alguna persona no es propicio para analizar muchas variables por parte de los familiares se diseñaráestrategias encaminadas a:

- Ofertar serviciosexequialesa precios accesibles.
- Comprar cofres mortuorios de buena calidad.
- Trabajar con tecnología adecuada para obtener naturalidad y calidad
- Realizar controles de calidad durante y al final del proceso del servicio
- Planificar procesos del servicio de acuerdo a gustos y preferencias de las familias del cantón Chaguarpamba.

Análisis de la Plaza

La empresa según los resultados obtenidos en base a la observación y a las encuestas aplicadas ha decidido utilizar el siguiente canal de comercialización:



La estrategia de distribución para ingresar al mercado objeto de estudio será basándose en un análisis exhaustivo de la competencia si es que la hay y seguir los planes del proyecto,

Análisis del Precio

El precio final de los servicios se establecerá en el estudio financiero en base a los costos, al margen de utilidad y a los precios de otros servicios existentes en mercados cercanos.

El precio es uno de los elementos más importantes dentro de la mezcla de mercadeo, es la estrategia que ayuda a cumplir los objetivos de la empresa, más aún cuando se intenta ingresar servicios ya existentes al mercado local aunque no sean de la misma procedencia, así se debe escoger una política de

precios adecuada de acuerdo a los precios fijados por la competencia, sin embargo se tiene ventajas sobre la competencia ya que el primer centro a instalarse.

El precio de venta del producto se lo establecerá sobre la base de los costos que incurra la prestación delosservicios en estudio, además marginando el porcentaje de utilidad que el intermediario y la empresa planifica obtener, pero así mismo sin dejar de lado la capacidad adquisitiva de la familia usuaria, se ha preguntado en la pregunta Nro10 sobre los pagos de los servicios en paquetesi desean en un sólo pago o en un año y se ha obtenido que un 69% desea en un solo pago quizá por su solvencia económica, pero también un 29.34% responde que desean crédito a un año por el alto monto del precio por los servicios completos.

Análisis de la Promoción y Publicidad

En base a la pregunta de la promoción que se aplicará en la venta de los servicios solo se promocionara servicios completos es decir en paquete, esto para evitar ser intermediarios de ataúdes únicamente o de arreglos florales o en su caso del coche de transporte ya que aquí se fragmentaria el servicio exequial.

La publicidad se la realizará en los medios de comunicación televisiva, radial y escrita: durante 3 meses, 1 vez al día en el horario de la noche en el medio de comunicación "Ecotel", ya que el 35.95%% de los encuestados prefirieron ésta opción, también se realizará en la radio "Boqueron por preferencia del 26.45% aunque esta pregunta de opción múltiple tiene muchas preferencias, por un periodo de 1 año, 1 vez al día en el horario de la Mañana ya que la presente opción tiene acogida de un 54.90%,se tomó como medio de comunicación utilizado a la prensa escrita por lo que se realizará la publicidad en Diario "La Hora" una vez al mes todo el año por tener preferencia del 98.88%.

Por último se realizará el servicio de postventa, con asesoramiento antes y después de la venta de los servicios, pidiendo a las familias una calificación de los servicios luego de tres meses dónde exista tranquilidad en la familia afectada.

Presupuesto para el plan publicitario.

PUBLICIDAD	**FACTOR**	**CANTIDAD**	**PRECIO**	**TOTAL**
Radio	Avisos	36	$6	$216
Medios Escritos	Página	15	$20	$300
Medios Televisivos	Segundos	12	$24	$288
TOTAL:				**$804**

ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio es realizado con ayuda netamente técnica de profesionales en servicios exequiales, además un profesional en construcción para la obra civil. Todo el análisis se lo realiza tomando en cuenta las fuerzas localizaciones, procesos de atención y equipo que sirve para la oferta de servicios.

El presente estudio comprende los siguientes aspectos:

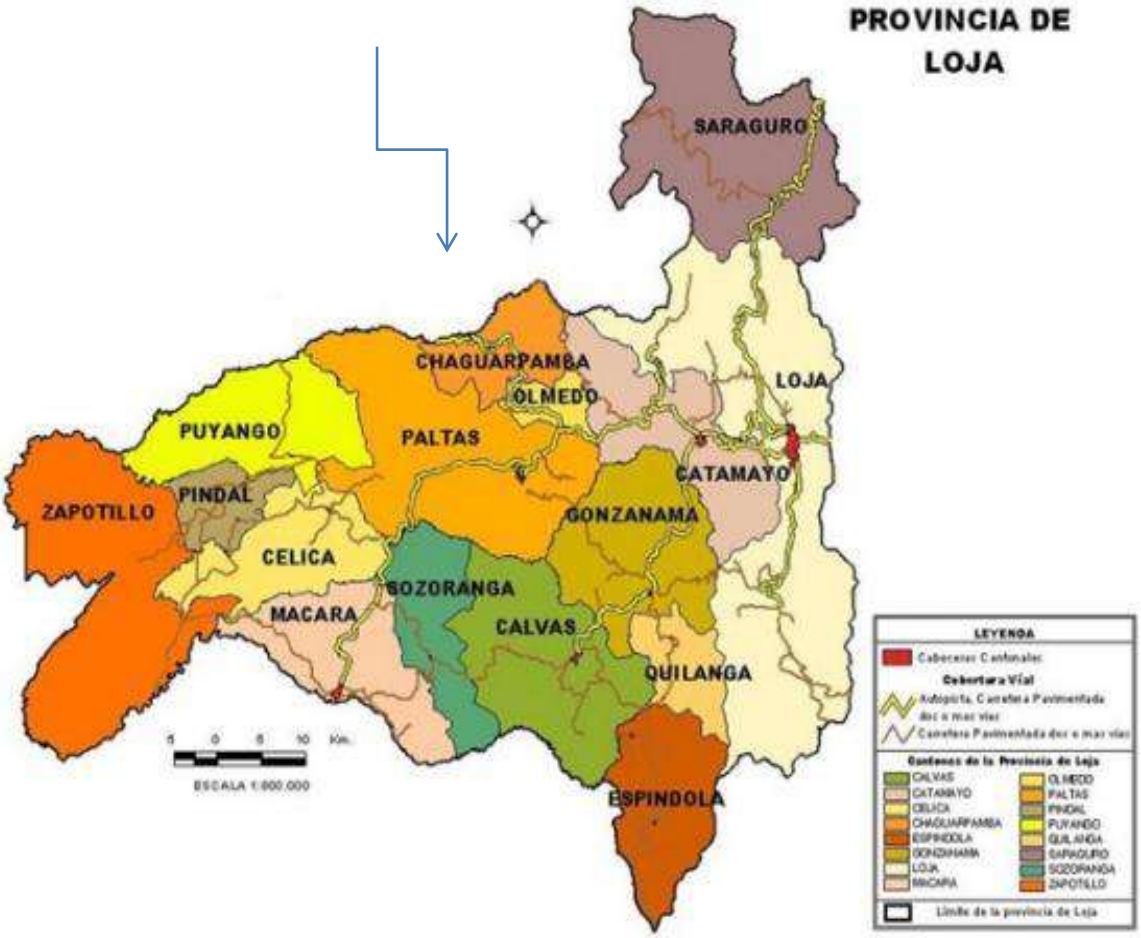
1. Localización
2. Tamaño del proyecto.
3. Ingeniería del producto.
4. Ingeniería del Proceso productivo.
5. Ingeniería de la planta

LOCALIZACIÓN

La localización de la empresa es determinante para la buena marcha de la misma, y para evitar problemas de tipo legal , de ahí que se deba encontrar una localización de acuerdo a los objetivos que pretende la empresa, los mismos que serán brindar servicios exequialescon precio conveniente y con costos reducidos. Por otra parte es necesario conocer las fuerzas localizaciones que influyen en el proyecto para su ejecución.

1. **Macro-Localización:** Consideración el lugar dónde se producirá el producto quedando en el Cantón Chaguarpamba.

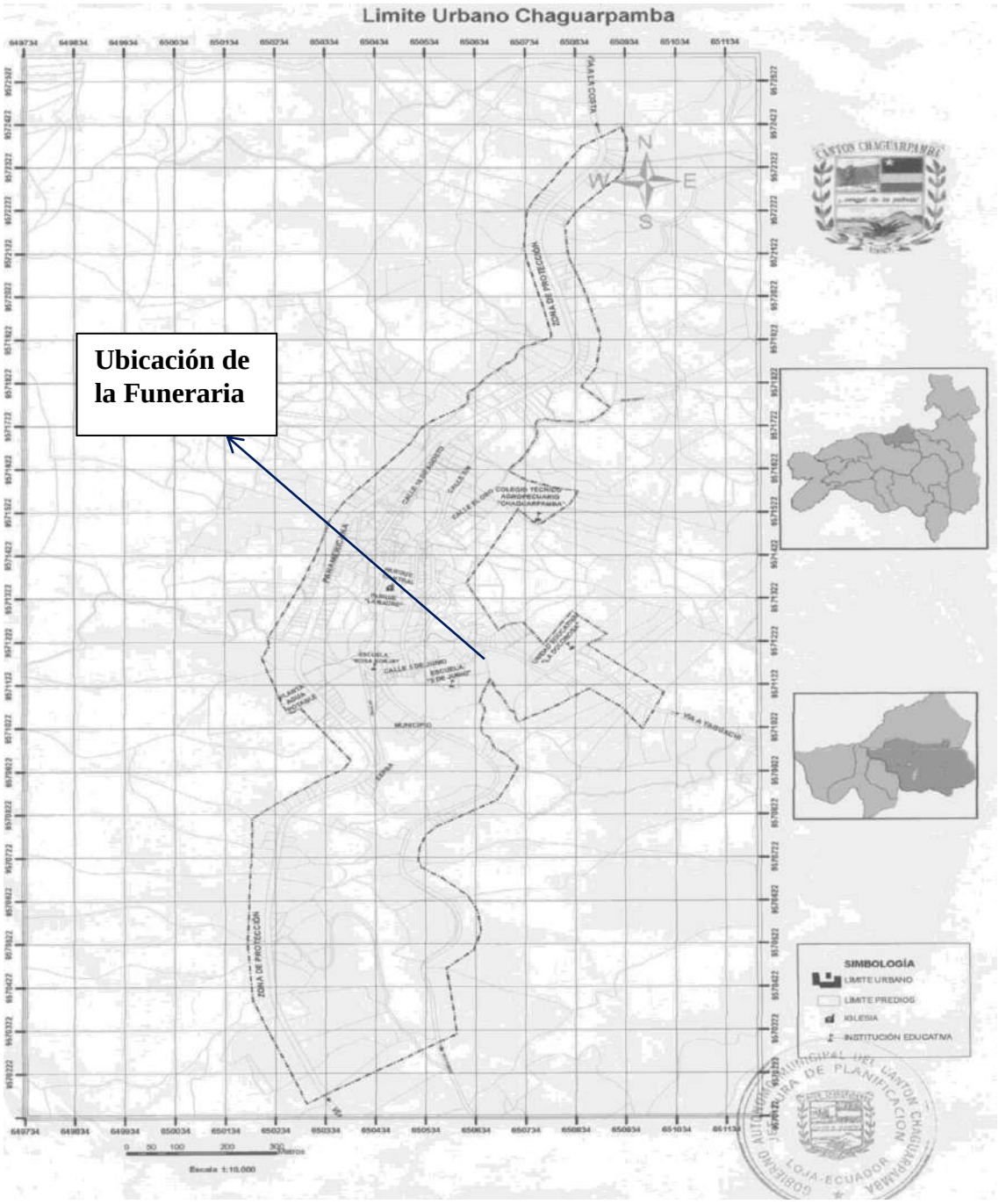
MACRO LOCALIZACIÓN



2. **Micro-Localización.-**. Es el sitio en dónde se define específicamente la ubicación, mediante calles y lugares exactos del área de atención del centro.

MICRO-LOCALIZACIÓN

GRAFICO Nº 3



3. Fuerzas Localizaciones.- Para la realización del proyecto se considerara las siguientes fuerzas localizacionalespara lograr una planta de atención y oficinas eficientes.

- **Agua:** Ya que es un elemento necesario para el lavado de las instalaciones, la aseo de la planta, oficina.
- **Alcantarillado.**- Sirve para el desagüe de las aguas residuales, con la finalidad de mantener un ambiente aseado e idóneo para realizar las actividades de la empresa.
- **Energía.**- Se utilizará para poder dar funcionamiento a la parte de velación etc, es decir para el proceso de atención; así como también para la iluminación de las oficinas y áreas de trabajo. Cabe señalar que tipo de medidor que se utilizara en la planta será de tipo bifasico
- **Teléfono.-** La línea telefónica servirá para la empresa mantener una comunicación activa entre todos los miembros de la empresa y de esta manera mantener un orden de trabajo bien seguro. Además de mantenerse en contacto con los proveedores de artículos como ataúdes, arreglos florales etc.
- **Internet.-** Este servicio será utilizado únicamente en la oficina ubicada en la parte centro de la ciudad con el fin de

realizar consultas, comunicaciones entre otras en pro del progreso de la empresa.

- **Transporte.**- El acceso vial se encuentra en buenas condiciones tanto para las operaciones, administración y comercialización de servicios.

TAMAÑO DEL PROYECTO

CAPACIDAD INSTALADA

El tamaño del mercado esta expresado por la capacidad de comercialización que se prevé para la nueva empresa, su participación en el mercado, asi como también por la disposición de los diferentes nuevos recursos y los medios necesarios para cubrir las expectativas del mercado.

El centro construirá una sala de velación con capacidad para 150 personas con todos los implementos necesarios para brindar el servicio con eficiencia.

Condiciones:

- Todos los días laborables del año
- Un turno de 24 horas diarias
- Días de atención por difunto = 2 días(Pregunta Nro 8)

Cálculo de la Capacidad Instalada

CUADRO N° 22

CAPACIDAD INSTALADA

Años	Capacidad Instalada Anual en Servicios al 100% Personas fallecidas
2012	183
2013	183
2014	183
2015	183
2016	183

FUENTE: Cuadro Explicativo De La Segmentación De Mercado: Cuadro Nº 30
ELABORACIÓN: El Autor

Enel presente proyecto no se puede calcular por hora o minuto; ya que la capacidad instalada en el proceso de oferta de servicios exequiales tendrá un periodo de dos días por persona, en el que se obtendrá 183 personas luego de haber realizado todo su proceso, sin embargo nos regimos a una demanda insatisfecha

CUADRO N° 23
CAPACIDAD UTILIZADA

Años	Capacidad Instalada	Porcentaje Utilizado %	Capacidad Utilizada (Personas fallecidas)
2012	183	48.77	89
2013	183	49.86	91
2014	183	50.96	93
2015	183	51.51	94
2016	183	52.60	96

FUENTE: Capacidad Instalada: Cuadro Nº 31
ELABORACIÓN: El Autor

INGENIERÍA DE PROCESO PRODUCTIVO:

ETAPAS DEL PROCESO: Las actividades a realizarse para la transformación de la materia prima en producto terminado cuentan con la asesoría de un Ingeniero industrial; proceso que se detalla a continuación:

PRESTACIONES ESENCIALES.

La empresa desplegara su accionar a ofrecer servicios exequiales de calidad, esto implica realizar dos tipos de prestaciones básicas Las cuales precisan de otros servicios adicionales para su ejecución efectiva, dichas asistencias son:

- **TRATAMIENTO DE LOS RESTOS MORTALES.-** Acción principal de la empresa, que consiste en efectuar las tareas tendientes a disponer el cadáver para que reciba el acompañamiento fúnebre; esto involucra su atavío, colocación en el respectivo cofre, su velación en un lugar especialmente previsto y engalanado e incluye el traslado de los restos hasta el cementerio.

DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

En la descripción del proceso se efectúa el análisis de las diferentes operaciones que se realizaran para la prestación de los servicios, de su secuencia y de los recursos que intervienen en cada operación.

El proceso previsto para la ejecución del servicio exequial integrado obedece a las siguientes etapas.

- **CLIENTE CONCURRE A LA EMPRESA, REALIZA EL CONTRATO Y CANCELA**

  El usuario acude a la empresa, aquí es atendido por la secretaria recepcionista que en un tiempo promedio de 30 minutos, le brinda toda la información requerida, legaliza el contrato y efectúa el cobro de la prestación a realizar; la distancia por recorrer se estima en 12minutos al lugar especificado.

- **TRAMITES PARA EL TRASLADO.**

  Según el lugar donde se encuentren los restos mortales, es necesario cumplir con algunos trámites legales para poder trasladarlo hasta la sala de velaciones; para esta actividad es necesario que se acuda con el cofre y escogido el vehículo fúnebre, por lo tanto esta actividad está a cargo del auxiliar de servicios generales y el chofer; el tiempo y la distancia a recorrer son variables dependiendo de la complejidad del caso.

- **VELACIÓN DE LOS RESTOS MORTALES, ATENCIÓN A LOS DEUDOS Y GESTIONES FINALES.**

  La velación se la realiza por el lapso de 48 horas haciendo uso para ello del mobiliario disponible. Durante ese tiempo se

efectuará la atención a los asistentes, ofreciendo una vez por noche aperitivos, los cuales serán preparados por una persona independiente de la empresa. Adicional a esto se realizan diligencias para reservar la iglesia para la ejecución de la misa y la adquisición del terreno para el sepulcro de ser pertinente. El tiempo que requiere el cumplimiento de estas actividades esta contemplado en el periodo de la velación y la distancia por recorrer es variable.

- **TRASLADO DEL CADÁVER HASTA A IGLESIA Y AL CEMENTERIO.**

  Al culminar la velación, el chofer realizara el traslado del féretro hasta la iglesia; después de la misa se procederá a transportar el cuerpo hasta el cementerio; el tiempo que se requiere para la misa y los dos traslados es de 130 minutos, la distancia que se tiene que recorrer en total es de 800 m.

Cabe señalar que se dotará al personal operario de uniformes, mismos que deben ser usados en todos los procesos de atención; estos son: ternos, boina, guantes, mandil, seguidamente se da a conocer un flujograma de procesos.

FLUJO-GRAMA DE PROCESO

DESCRIPCIÓN	SIMBOLOS						TIEMPO	OBSERVACIONES
	○	⇨	D	□	▽	◎		
CLIENTE CONCURRE A LA EMPRESA		⇨						VARIACIONES CONSTANTES
INFORMACION DE LOS SERVICIOS.	○			□			20 Minutos	
CIERRE DEL CONTRATO Y CANCELACION					▽	◎	10 Minutos	
TRAMITES INICIALES PARA	○	⇨	D					VARIACIONES CONSTANES

EL TRASLADO.								
VELACION DE LOS RESTOS MORTALES.							**2520 Minutos**	**VARIACIONES CONSTANTES**
ATENCIONALOS ACOMPAÑANTES.							**30 Minutos**	**VARIACIONES CONSTANTES**
GESTIONES FINALES							**130 MINUTOS**	**VARIACIONES CONSTANTES**
TRASLADO-IGLESIA-CEMENTERIO							**110 minutos**	
Total de horas							**48 Horas**	

SIMBOLOGÍA

OPERACIÓN

TRANSPORTE

INSPECCIÓN

DEMORA

ALMACENAMIENTO

OPERACIÓN COMBINADA

RECURSOS A UTILIZAR

Talentos Humanos

CUADRO Nº 24

CARGO	N°	Otras Funciones
Gerente	1	Jefe de Recursos Humanos Jefe de Ventas
Contadora	1	Bodeguero
Secretaria	1	Supervisor de proceso de atención al cliente
Operario - chofer	1	Ejecutor de los servicios, chofer
TOTAL	4	

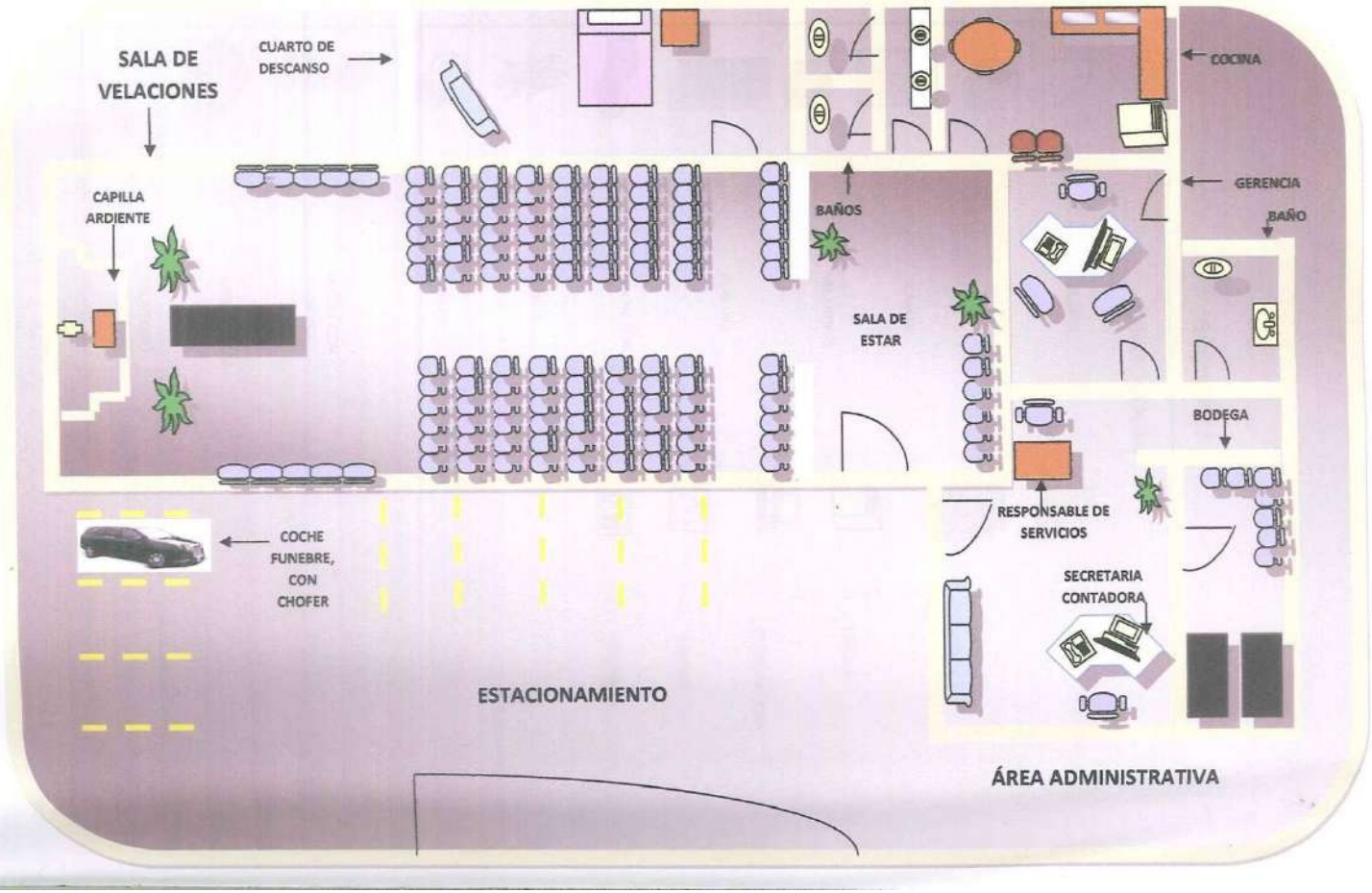
FUENTE: Capacidad Instalada y Utilizada

ELABORACIÓN: El Autor

INGENIERÍA DELA PLANTA

En el siguiente gráfico se expone la distribución de la planta

INSTALACIONES DE LA FUNERARIA
"CRISTO REY"



CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS

La empresa tiene una dimensión total de 522m^2 dentro de la cual se encuentra el área de parqueadero, área verde, la planta de atención tanto la de velación y la administrativa, la cual se encuentra dividida de la siguiente manera:

CUADRO Nº 25
DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS

DESCRIPCIÓN	METROS CUADRADOS
Sala de velaciones	272
Cuarto de descanso	9
Sala de star	30
Baños	16
Área administrativa	49
Estacionamiento - Área de reserva	145
TOTAL	521

FUENTE: Ingeniería Civil
ELABORACIÓN : El Autor

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

MARCO LEGAL

Considerándolo al estudio organizacional, Sistema ordenado de reglas y relaciones funcionales para llevar a cabo las políticas empresariales.

Es conveniente que en el mismo se presenten características específicas y normalmente únicas que obligan a definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución

En lo que respecta a la organización social, La empresa en proceso de formación se enmarcará en la constitución políticas de la República del Ecuador, en la ley de compañías y en el contrato social que los dos socios realizarán.

En lo referente al contrato social que se suscribirá tendrá una duración de cinco años, y luego finalizado este lapso, el mismo podrá ser renovado si se lo determinase así, o si no fuera ese el caso se procederá a su respectiva liquidación, y sus causales se sujetarán por lo dispuesto por la Ley de Compañías.

Dentro de los puntos considerados dentro de la escritura pública que se formará constarán los siguientes:

ACTA CONSTITUTIVA

Es un documento certificado de la conformación legal de la empresa, en el que se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa; los socios que conforman la empresa son: Darwin Torres, Luis Gonzales, y Jorge Samaniego.

RAZÓN SOCIAL:

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley, la compañía será de Responsabilidad Limitada, La razón social de la empresa a conformarse es **"FUNERARIA CRISTO REY".** La compañía se contraerá mediante Escritura Pública según la Superintendencia de Compañías, así mismo será inscrita en el registro mercantil.

DOMICILIO Y DIRECCIÓN:

La "FUNERARIA CRISTO REY " estará domiciliada en la ciudad de Chaguarpamba perteneciente a la provincia de Loja y en la ciudad del mismo nombre, en la calle olmedo y la AV. Vía a la Costa.

OBJETO DE LA EMPRESA:

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido

por lo cual la empresa **FUNERARIA CRISTO REY** ofrecerá el servicio de sala de velaciones y servicio exequiales a las familias de la ciudad de Chaguapamba.

CAPITAL SOCIAL:

El capital de la empresa a constituirse será integrado por los dos socios quienes aportaran el 67.15% del capital total del proyecto en partes iguales y el resto del capital que es el 32.85% será financiado por la Corporación Financiera Nacional, que serán dadas en el momento de constituirse la compañía.

TIEMPO DE DURACIÓN DE LA SOCIEDAD:

La duración de la empresa **FUNERARIA CRISTO REY** será de 5 años a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.

NACIONALIDAD:

La empresa será de nacionalidad ecuatoriana por lo que estará sujeta a todas las leyes vigentes del Ecuador.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles.

NIVEL LEGISLATIVO-DIRECTIVO

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y los reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de la Junta General de Socios, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos; y para su actuación está representado por la Presidencia.

NIVEL EJECUTIVO

Este nivel está conformado por el Gerente- Administrador, el cual será nombrado por nivel Legislativo- directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

NIVEL ASESOR

Normalmente constituye este nivel el órgano destinado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un asesor jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales en otras áreas en caso de requerirlo.

NIVEL AUXILIAR O DE APOYO

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa. Su grado de autoridad es mínimo y su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivos. En el caso de nuestra empresa este nivel está conformado por la Secretaria Contadora.

NIVEL OPERATIVO

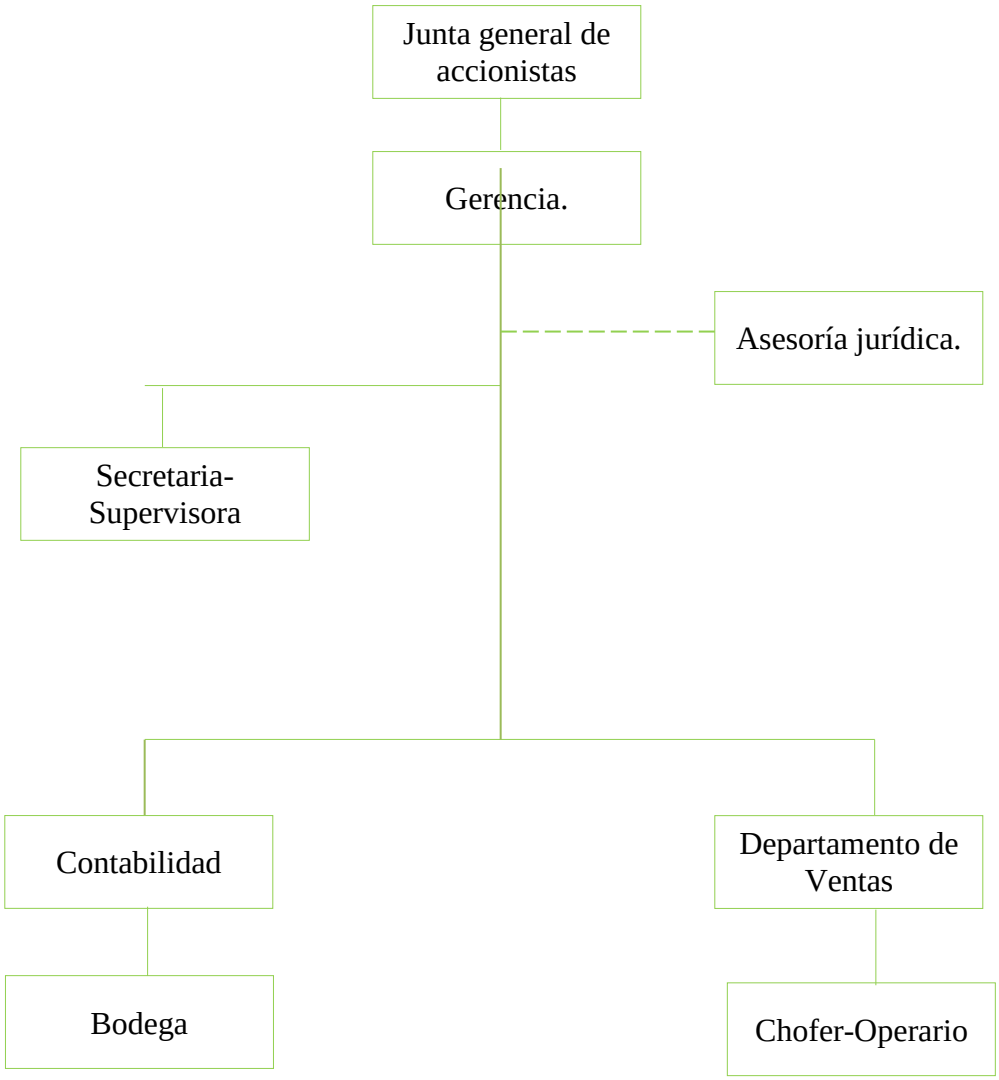
Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la prestación del servicio,es decir, la persona encargada directamente de ejecutar los servicios exequiales.

ORGANIGRAMAS

Es la representación gráfica de una estructura orgánica que muestra claramente la composición y orden, en sus departamentos, sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría dentro de la misma.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA FUNERARIA CRISTO REY

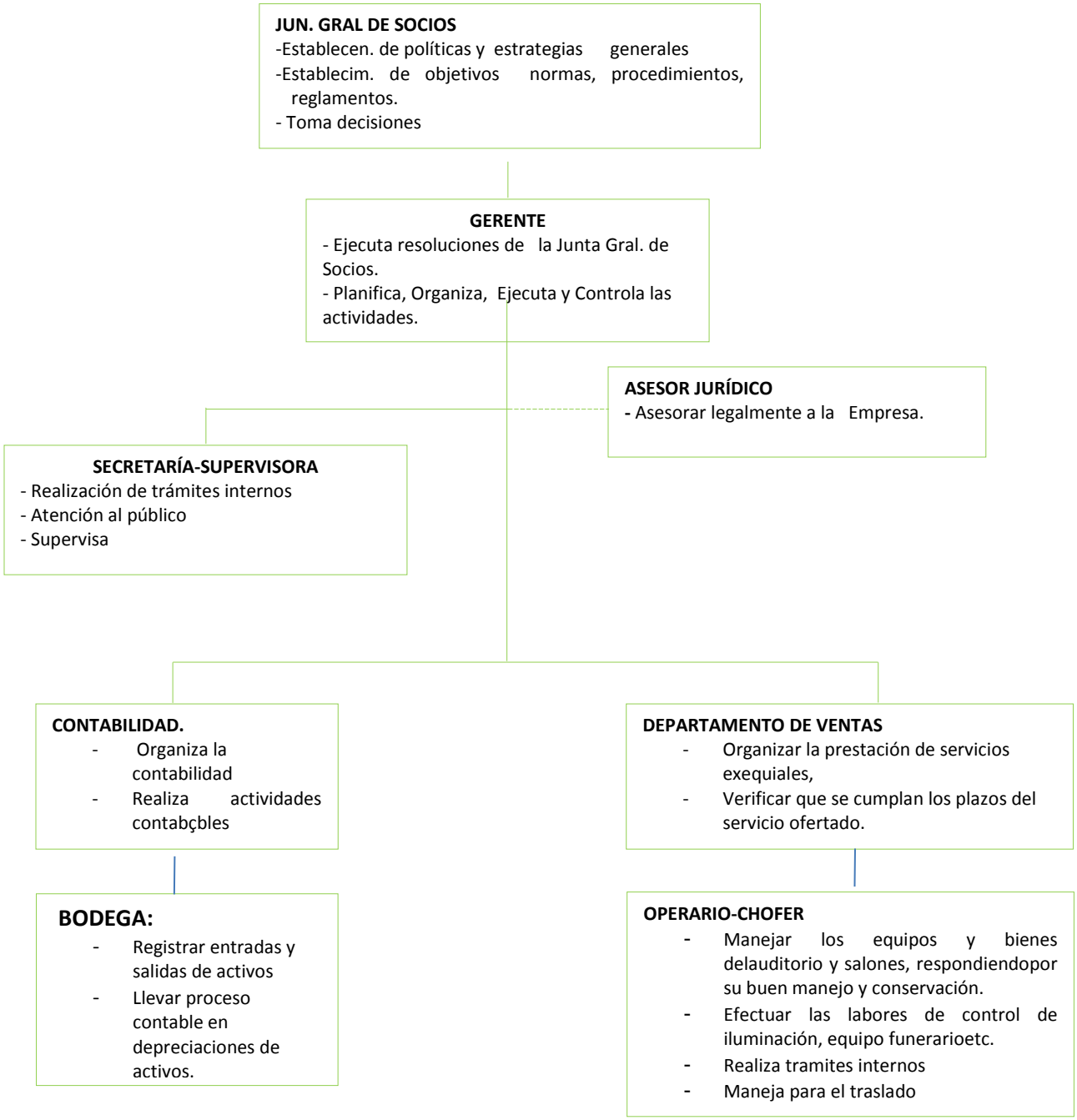
GRÁFICO Nº 17



Elaboración: El autor

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA FUNERARIA CRISTO REY

GRÁFICO Nº 18



Elaboración: El autor

MANUALES DE FUNCIONES “FUNERARIA CRISTO REY ” Cía. Ltda.

Consiste en la descripción detallada de todos los puestos de trabajo que existirán en la empresa y las funciones específicas que cada trabajador va a cumplir. Este manual esta elaborado con la finalidad de que la organización cuente con un documento que muestre como esta organizada la empresa de servicio, **“FUNERARIA CRISTO REY ” Cía. Ltda.** Es de gran importancia contar con información del centro de trabajo para que los trabajadores conozcan con precisión y exactitud cuales son las funciones que deben desempeñar como colaboradores, así como a quien están subordinados.

DESCRIPCIONES DE PUESTOS Y SUS FUNCIONES

El Manual de la empresa “**FUNERARIA CRISTO REY** , es una versión detallada de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen la estructura de la organización. El propósito fundamental de estos manuales, es el de instruir a los miembros que la componen sobre los distintos aspectos antes mencionados, procurando minimizar el desconocimiento de las obligaciones de cada uno, la duplicación o superposición de funciones, lentitud y complicación innecesarias en la producción, desconocimiento de los procedimientos administrativos, entre otros.

CÓDIGO # 001
NIVEL JERÁRQUICO
Legislativo
ÓRGANO RECTOR
Junta General de Accionistas
NATURALEZA
Legislar y dictar normas y políticas a la empresa
FUNCIONES
➢ Toma de decisiones ➢ Controla y supervisa el buen manejo de la empresa. ➢ Aprobar los planes de trabajo.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE
➢ Personalidad equilibrada y proactiva. ➢ Autoestima positiva. ➢ Capacidad de adaptación a los cambios. ➢ Habilidades comunicativas y escucha activa. ➢ Actitud proactiva ➢ Liderazgo
REQUISITOS
Ser accionista de la empresa**.**

CÓDIGO # 002
NIVEL JERÁRQUICO
Ejecutivo
TÍTULO DEL PUESTO
Gerente
NATURALEZA DEL CARGO
Planificar, organizar, ejecutar, controlar y dirigir.
FUNCIONES
➢ Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar la Funeraria. ➢ Representar legalmente a la empresa. ➢ Delegar funciones.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE
➢ Personalidad equilibrada y proactiva. ➢ Autoestima positiva. ➢ Capacidad de adaptación a los cambios. ➢ Habilidades comunicativas y escucha activa. ➢ Actitud proactiva ➢ Liderazgo
REQUISITOS

Educación: Ing. Administración de Empresas

Experiencia: Mínimo 3 años en Servicios Funerarios

Adicional: Especialización en Recursos Humanos.

CÓDIGO # 003
NIVEL JERÁRQUICO
Asesor
TÍTULO DEL PUESTO
Asesor jurídico
NATURALEZA DEL CARGO
Tramitar, gestionar, recomendar, representar, colaborar, ayudar.
FUNCIONES
➢ Asesorar legalmente al Gerente y la empresa. ➢ Defender los intereses legales de la empresa. ➢ Asumir la representación legal de la empresa.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE
➢ Buena capacidad de comunicación. ➢ Responsabilidad y conocimiento de normas y leyes.
REQUISITOS
Educación: Abg. Jurisprudencia. **Experiencia:** De 2 a 3 años de experiencia en el cargo.

CÓDIGO # 004
NIVEL JERÁRQUICO
Auxiliar
TÍTULO DEL PUESTO
Secretaria
NATURALEZA DEL CARGO
Organizar , Archivar, Comunicarse y Ejecutar
FUNCIONES
CARACTERÍSTICAS DE CLASE
➢ Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades. ➢ Disposición para trabajar en equipo. ➢ Capacidad de observación, concentración y amplitud de memoria.
REQUISITOS
Educación: Título en Secretariado Ejecutiva y Contadora **Experiencia:** 2 años **Adicional:** Talleres o cursos relacionados con el tratamiento del cliente, cursos de relaciones humanas, tributación, contabilidad computarizada.

CÓDIGO # 005
NIVEL JERÁRQUICO
Operacional
TÍTULO DEL PUESTO
Supervisor de servicios
NATURALEZA DEL CARGO
Requiere de iniciativa permanente.
FUNCIONES
➢ Controlar la atención brindada al cliente. ➢ Controlar la calidad del producto. ➢ Controlar las ventas. ➢ Apoyo administrativo gerencia y Junta de Socios.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE
➢ Disposición para trabajar en equipo. ➢ Capacidad de observación, concentración y amplitud de memoria.
DEPENDENCIA
Gerente general
DEPENDIENTES
Auxiliares
REQUISITOS

Egresado en Mercadotecnia

Experiencia: 2 años

CÓDIGO # 006
NIVEL JERÁRQUICO
Operacional
TÍTULO DEL PUESTO
Contadora
NATURALEZA DEL CARGO
Manejo y control de todos los movimientos internos que realizan las áreas de la Funeraria.
FUNCIONES
➢ La preparación de los informes financieros. ➢ Registro de todas las actividades de la empresa. ➢ Estudios de estados financieros y sus análisis.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE
➢ Capacidad de trabajar bajo presión. ➢ Buena presencia y capacidad de comunicación.
DEPENDENCIA
Jefe de Finanzas
DEPENDIENTES
No aplica
REQUISITOS

- Experiencia en cargos similares
- Titulo en Contabilidad.

CÓDIGO # 007
NIVEL JERÁRQUICO
Operacional
TÍTULO DEL PUESTO
Operario
NATURALEZA DEL CARGO
Llevar un adecuado manejo de los servicios funerarios
FUNCIONES
➢ Manejar los equipos y bienes del auditorio y salones, respondiendo por su buen manejo y conservación. ➢ Efectuar las labores de control de iluminación, equipo funerario etc. ➢ Realizar trabajos para el entierro
CARACTERÍSTICAS DE CLASE
➢ Capacidad de trabajar y un buen desenvolvimiento con los clientes. ➢ Buena presencia y capacidad de comunicación.
DEPENDENCIA
Supervisor y Secretaria
DEPENDIENTES
No aplica

REQUISITOS
➢ Experiencia en cargos similares ➢ Curso de recursos humanos en atención al cliente.

CÓDIGO # 008
NIVEL JERÁRQUICO
Operacional
TÍTULO DEL PUESTO
Chofer
NATURALEZA DEL CARGO
Llevar pedidos con responsabilidad**.** Transporte de cadáveres
FUNCIONES
➢ Entregar restos y mas encomiendas fúnebres ➢ Darle mantenimiento al vehículo.
DEPENDENCIA
Supervisor y Secretaria
DEPENDIENTES
No aplica
REQUISITOS
➢ Licencia de tipo profesional. ➢ Experiencia en cargos similares.

ESTUDIO FINANCIERO.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.

Inversiones.

Las inversiones constituyen el monto a invertir para la puesta en marcha del proyecto y para que la empresa realice sus operaciones, así se las clasifica en tres rubros: Activos Fijos, Activos Diferidos y Activos Circulantes.

Activos fijos.

Son aquellas inversiones que realiza la empresa en terrenos, construcciones, maquinaria y equipo, vehículos, muebles y enseres. Equipos de oficina, etc., las mismas que son permanentes en la empresa y estarán sujetas a depreciación, con excepción del terreno, seguidamente se detalla los activos mencionados.

- **Terreno.-** Para la instalación de la empresa se ha planificado la compra de un terreno de 521m2 en el cual se construirá la obra civil, tomando en cuenta que existe construidas bases y columnas, mismas que han sido adaptadas a las necesidades del centro, el mismo tiene un valor total de $18.800. (Anexo Nº **3).**

- **Vehículo.-** Es necesario la compra de un vehículo para el transporte del féretro a al cementerio y otras actividades afines a los servicios funerarios, se ha planificado la compra de una camioneta valorada en 15.000 en el mercado vehicular, (Anexo Nº 4**).**

- **Construcciones.-** Las construcciones a realizar se dividen área administrativa y de servicio o sala de velación contando con las complementarias como área de parqueo, todo constituye un total de 376m^2,con lo construido, sumadas todas las áreas dan un total de 18.800dólares . (Anexo Nº3).

- **Equipo – Sala de Velación.**.- El equipo que se requiere para la prestación de servicios funerarios es suficiente para trabajar con calidad, el equipo fue cotizado en la ciudad de Quito, y se requirió la asesoría de un profesional en la materia, el costo total asciende a 6.803 dólares. (Anexo Nº5).

- **Muebles y Enseres.-** Aquí se encuentran los muebles de oficina que son necesarios para el proceso administrativo, que ascienden al valor de 1.275 dólares. (Anexo Nº6).

- **Equipo de Oficina.-** Constituyen los costos en que se deberá incurrir para adquirir los bienes que serán utilizados por el personal administrativo y de servicio , pesas, sumadoras, etc., que fueron cotizados en la ciudadde Loja, y que asciende a un monto de 133 dólares, el equipo de cómputo encierra un monto total de 1500 dólares. (Anexo Nº 7).
- **Instalaciones.-** Las instalaciones requeridas son avaluadas en 282 dólares tomando en cuenta que son de vital importancia para el proceso de atención a los clientes y la parte administrativa. (Anexo Nº 8).
- **Imprevistos.-** Para este cálculo se tomó en cuenta el 3% del total de las inversiones fijas, cuyo monto asciende a 1.626 dólares.

CUADRO Nº 26

VALOR DE LAS INVERSIONES FIJAS

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	10,420.00
Edificio	18,800.00
Vehículo	15,000.00
Equipo para Sala de Velación	6,803.00
Muebles y Enseres	1,275.00
Equipo y Suministros de oficina	133.00
Equipos de Computo	1,500.00
Instalaciones	282.00
Imprevistos (3%)	1,626.39
TOTAL	**55,839.39**

Fuente: Anexos Nº 3,4, 5, 6, 7,8
Elaboración: El Autor

Activos Diferidos.

Son los desembolsos que la empresa realiza con los propósitos de garantizar la normal estabilidad de la empresa, y obtener resultados positivos en el futuro.

- **Permisos de Funcionamiento.-** En el Municipio Cantonal y la Jefatura de Salud hay que pagar un total de 300 dólares por permisos y documentación.
- **Gastos de Constitución.-** Es un gasto que toda empresa debe realizarlo para establecerse en forma legal en toda la provincia de Loja, este desembolso para la empresa representa 150 dólares.
- **Estudios del Proyecto**.- Son los gastos que comprende el estudio previo para poder implementar el proyecto (investigaciones para la ejecución del proyecto) con un costo de 200 dólares.
- **Línea Telefónica.-** Son los gastos concernientes a pago por compra de la línea telefónica, cuyo costo suma un total de 120 dólares.
- **Marcas y Patentes**.- Son los gastos que se realiza para la identificación de la empresa cuyo monto es de 100 dólares.

CUADRO Nº 27
VALOR DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Permisos de Funcionamiento	300
Gastos de Constitución	150
Estudios del Proyecto	200
Línea telefónica	120
Marcas y Patentes	100
Imprevistos (3%)	26.10
TOTAL	**896.10**

Fuente: Asesoría Legal
Elaboración: El Autor.

Activos Circulantes.

Es el tipo de activos que gozan de gran liquidez y pueden convertirse en efectivo, dinamizando así las actividades de la empresa, es necesario señalar que los cálculos de los siguientes activos serán tomados en cuenta para un mes de actividades, ya que en ámbito de servicios funerarios se llevara procesos contables mensuales.

Costo del Servicio.- (costo primo) Comprende la materia prima directa y la mano de obra directa.

En este caso al ser empresa de servicios no es necesario tener materia prima directa, pero si materiales indirectos.

Mano de Obra Directa.- Son los operarios de servicios que la empresa requerirá para intervenir en el proceso de prestación de los servicios en estudio y dar mantenimiento a las instalaciones construidas. En los cuadros de salarios

determinaremos los parámetros y obligaciones económicas según la ley, para el año 2011, tomando como base el documento **La Tablita-2011**. El cálculo se lo realiza con base a un salario mínimo vital, el décimo tercero, el décimo cuarto, vacaciones, aportes al IESS, al IECE, al SECAP, etc., la información y su respectiva proyección se puede ver en el anexo Nº 9.

Gastos.- Son los gastos ocasionados por los materiales indirectos, la mano de obra indirecta y la carga fabril.

Materiales Indirectos.- Maquillajes, mascarillas, guantes, arreglos florales, vino, fundas de hostias etc,, la descripción y proyección la encontramos en el anexo Nº 10.

Mano de Obra Indirecta.- Son los gastos por la contratación de un egresado en administración de empresas que interviene pero de forma indirecta en el proceso de atención a los clientes ya que planifica los procesos, realiza los trámites, y planifica como se realizará el sepelio etc. esta persona que realizará el papel de supervisor debido a su experiencia, la información etc, ver anexo Nº 11.

Carga Fabril.-Son los gastos generados por agua, energía eléctrica y otros, además en lo que se refiere a las depreciaciones, reparación y mantenimiento, esta información se la expone en el anexo Nº 12.

Costos de Administración.- Son los costos generados por la administración en el que se incurrirá dentro de la etapa administrativa principalmente es decir, en las actividades de tramitación de documentos, manejo de información, control de inventarios entre otras actividades administrativas.

Estos gastos comprenden además, los sueldos y salarios para el personal de esta área de administración, tomando en cuenta también otros gastos administrativos como teléfono, suministros etc. Esta información la encontramos en los anexos Nº15 al 18.

Gastos de Ventas.- En este rubro intervienen los gastos en que se incurre primeramente por el chofer que es el mismo operario, además publicidad, esta información y su respectiva proyección para los 5 años de vida útil del proyecto la encontramos en los anexos Nº 19.

CUADRO Nº 28
VALOR DE LAS INVERSIONES CIRCULANTES

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL
Mano de Obra Directa	4,797.76	399.81
Materiales Indirectos	23,218.00	1,934.83
Mano de Obra Indirecta	5,569.30	464.11
Carga Fabril	738.54	61.55
Gastos de Administración	13,223.20	1,101.93
Gastos de Ventas	828.12	69.01
Imprevistos 3%	1,451.25	120.94
TOTAL	**49,826.17**	**4,152.18**

Fuente: Anexos Nº 6 al 19
Elaboración: El Autor

CUADRO Nº 29
VALOR TOTAL DE LAS INVERSIONES

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL MENSUAL
Activo Fijo	55,839.39
Activo Diferido	896.10
Activo Circulante	4,152.18
TOTAL	**60,887.67**

Fuente: Cuadros Nº 30,31,32
Elaboración: El Autor

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Tiene gran importancia determinar qué entidad financiará en parte el presente proyecto, para el crédito requerido, en este caso se utilizará como fuente a la CFN, por ser una institución que ayuda a generar el desarrollo a nivel cantonal por medio de créditos a largo plazo y a una tasa de interés baja, la empresa para su funcionamiento requiere de 60.887,67dólares correspondientes a inversiones fijas, diferidas y circulantes. Se menciona que entre los requisitos

para el préstamo la empresa debe estar legalmente constituida y presentar un proyecto tentativo de lo que quieren realizar, además los activos fijos serán comprados con el préstamo para que queden como garantía, la empresa deberá además estar con todos los pagos municipales al día, y deberá tener garantías de bancos locales.

Fuentes de Financiamiento.

Realizado el estudio sobre la inversión requerida para el proyecto se debió recurrir a las fuentes de financiamiento externo e interno. El capital propio a invertir será de 40.887,67dólares (67.15%) el mismo que será cubierto por los socios de la empresa y 20.000 dólares (32.85%) restantes será financiado por la CFN a través de la línea de crédito multisectorial que posee una tasa de interés del 11% a un plazo de 5 años. Es necesario aclarar que estas especificaciones y condiciones del crédito a recibir fueron realizadas en el mes de Abril del presente año, la amortización del crédito y del activo diferido la apreciamos en los anexos Nº 20 y 21.

CUADRO Nº 30
FINANCIAMIENTO

Financiamiento	Valor	%
Fuente Interna	40,887.67	67.15
Fuente Externa	20,000.00	32.85
TOTAL	**60,887.67**	**100%**

Fuente: Cuadro 29 y CFN
Elaboración: El Autor

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

En todo proyecto es fundamental conocer cuánto va a costarbrindar el servicio y qué ingreso se tendrá, lo que es de vital importancia para la implementación de una empresa.

Presupuesto de Costos.

Son todos los gastos que la empresa debe enfrentar durante el proceso productivo, así para una más específica y amplia explicación se presenta en el siguiente cuadro para los 5 años de vida útil del proyecto y respetando los parámetros financieros de cálculo para proyectos de inversión.

CUADRO Nº 31
DEL PRESUPUESTO DE COSTOS

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DEL SERVICIO	***39,562.25***	***41,762.16***	***42,617.98***	***43,721.07***	***44,854.77***
COSTO PRIMO					
Mano de Obra Directa	4,797.76	5,215.70	5,346.10	5,479.75	5,616.74
GASTOS					
Materiales Indirectos	23,218.00	24,475.69	25,013.61	25,789.03	26,588.49
Mano de obra Indirecta	5,569.30	6,058.53	6,210.00	6,365.25	6,524.38
CARGA FABRIL					
Deprec. del Edificio	893.00	893.00	893.00	893.00	893.00
Deprec.del Vehículo	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
Deprec. de Maquinaria y Equipo	612.27	612.27	612.27	612.27	612.27
Deprec. Mueb. y Enseres.	114.75	114.75	114.75	114.75	114.75
Deprec. Equipo de ofic.	11.97	11.97	11.97	11.97	11.97
Deprec. Equipo de Computación	333.35	333.35	333.35	335.00	335.00
Depreciación de Instalaciones	25.38	25.38	25.38	25.38	25.38
Reparación y Mantenimiento	875.86	903.01	931.01	959.87	989.62
Agua Potable	87.50	88.38	89.26	90.15	91.05
Energía Eléctrica	282.06	284.88	287.73	290.61	293.51
Aceite	90.00	92.79	95.67	98.63	101.69
Gasolina	76.96	77.34	77.732	78.120	78.511
Imprevistos (3%)	174.09	175.11	176.16	177.29	178.40
COSTO DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	***13,223.20***	***14,321.95***	***14,675.70***	***15,038.32***	***15,410.04***
Sueldos y Salarios	11,788.50	12,833.21	13,154.04	13,482.89	13,819.97
Suministros de Oficina	116.00	119.60	123.30	127.13	131.07
Gastos Generales	433.56	447.00	460.86	475.14	489.87
Teléfono	500.00	505.00	510.05	515.15	520.30
Imprevistos (3%)	385.14	417.14	427.45	438.01	448.84
GASTOS DE VENTAS	***828.12***	***853.79***	***880.26***	***907.55***	***935.68***
Sueldos y Salarios	-	-	-	-	-
Publicidad	804.00	828.92	854.62	881.11	908.43
Imprevistos (5%)	24.12	24.87	25.64	26.43	27.25
GASTOS FINANCIEROS	***2,379.22***	***2,379.22***	***2,379.22***	***2,137.22***	***1,921.84***
Amortización Activo Diferido	179.22	179.22	179.22	179.22	179.22
Interés del préstamo	2,200	2,200	2,200	1,958	1,743
TOTAL	**55,992.79**	**59,317.12**	**60,553.16**	**61,804.16**	**63,122.34**

CUADRO Nº 32
COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL

	AÑO 1		
RUBROS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
COSTO DEL SERVICIO			
COSTO PRIMO			4,797.76
Mano de Obra Directa	4,797.76		
GASTOS			28,787.30
Materiales Indirectos		23,218.00	
Mano de obra Indirecta	5,569.30		
CARGA FABRIL			5,977.19
Deprec. del Edificio	893.00		
Deprec.delVehículo	2,400.00		
Deprec. de Maquinaria y Equipo	612.27		
Deprec. Mueb. y Enseres.	114.75		
Deprec. Equipo de ofic.	11.97		
Deprec. Equipo de Computación	333.35		
Depreciación de Instalaciones	25.38		
Reparación y Mantenimiento	875.86		
Agua Potable		87.50	
Energía Eléctrica		282.06	
Aceite		90.00	
Gasolina		76.96	
Imprevistos (3%)		174.09	
COSTO DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			13,223.20
Sueldos y Salarios	11,788.50		
Suministros de Oficina		116.00	
Gastos Generales		433.56	
Teléfono		500.00	
Imprevistos (3%)		385.14	
GASTOS DE VENTAS			3,207.34
Sueldos y Salarios	-		
Publicidad	804.00		
Imprevistos (5%)	24.12		
GASTOS FINANCIEROS			
Amortización Activo Diferido	179.22		
Interés del préstamo	2,200.00		
TOTAL	**30,629.48**	**25,363.31**	**55,992.79**

CUADRO Nº 33
COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL SEGUNDO AÑO DE VIDA ÚTIL

	AÑO 2		
RUBROS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
COSTO DEL SERVICIO			
COSTO PRIMO			5,215.70
Mano de Obra Directa	5,215.70		
GASTOS			30,534.22
Materiales Indirectos		24,475.69	
Mano de obra Indirecta	6,058.53		
CARGA FABRIL			6,012.24
Deprec. del Edificio	893.00		
Deprec.del Vehículo	2,400.00		
Deprec. de Maquinaria y Equipo	612.27		
Deprec. Mueb. y Enseres.	114.75		
Deprec. Equipo de ofic.	11.97		
Deprec. Equipo de Computación	333.35		
Depreciación de Instalaciones	25.38		
Reparación y Mantenimiento	903.01		
Agua Potable		88.38	
Energía Eléctrica		284.88	
Aceite		92.79	
Gasolina		77.34	
Imprevistos (3%)		175.11	
COSTO DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			14,321.95
Sueldos y Salarios	12,833.21		
Suministros de Oficina		119.60	
Gastos Generales		447.00	
Teléfono		505.00	
Imprevistos (3%)		417.14	
GASTOS DE VENTAS			3,233.01
Sueldos y Salarios	-		
Publicidad	828.92		
Imprevistos (5%)	24.87		
GASTOS FINANCIEROS			
Amortización Activo Diferido	179.22		
Interés del préstamo	2,200.00		
TOTAL	**32,634.19**	**26,682.93**	**59,317.12**

CUADRO Nº 34
COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL TERCER AÑO DE VIDA ÚTIL

	AÑO 3		
RUBROS	**COSTOS FIJOS**	**COSTOS VARIABLES**	**TOTAL**
COSTO DEL SERVICIO			
COSTO PRIMO			5,346.10
Mano de Obra Directa	5,346.10		
GASTOS			31,223.61
Materiales Indirectos		25,013.61	
Mano de obra Indirecta	6,210.00		
CARGA FABRIL			6,048.27
Deprec. del Edificio	893.00		
Deprec.del Vehículo	2,400.00		
Deprec. de Maquinaria y Equipo	612.27		
Deprec. Mueb. y Enseres.	114.75		
Deprec. Equipo de ofic.	11.97		
Deprec. Equipo de Computación	333.35		
Depreciación de Instalaciones	25.38		
Reparación y Mantenimiento	931.01		
Agua Potable		89.26	
Energía Eléctrica		287.73	
Aceite		95.67	
Gasolina		77.731524	
Imprevistos (3%)		176.16	
COSTO DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			14,675.70
Sueldos y Salarios	13,154.04		
Suministros de Oficina		123.30	
Gastos Generales		460.86	
Teléfono		510.05	
Imprevistos (3%)		427.45	
GASTOS DE VENTAS			3,259.48
Sueldos y Salarios	-		
Publicidad	854.62		
Imprevistos (5%)	25.64		
GASTOS FINANCIEROS			
Amortización Activo Diferido	179.22		
Interés del préstamo	2,200.00		
TOTAL	**33,291.34**	**27,261.82**	**60,553.16**

CUADRO Nº 35
COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL CUARTO AÑO DE VIDA ÚTIL

	AÑO 4		
RUBROS	**COSTOS FIJOS**	**COSTOS VARIABLES**	**TOTAL**
COSTO DEL SERVICIO			
COSTO PRIMO			5,479.75
Mano de Obra Directa	5,479.75		
GASTOS			32,154.28
Materiales Indirectos		25,789.03	
Mano de obra Indirecta	6,365.25		
CARGA FABRIL			6,087.04
Deprec. del Edificio	893.00		
Deprec.del Vehículo	2,400.00		
Deprec. de Maquinaria y Equipo	612.27		
Deprec. Mueb. y Enseres.	114.75		
Deprec. Equipo de ofic.	11.97		
Deprec. Equipo de Computación	335.00		
Depreciación de Instalaciones	25.38		
Reparación y Mantenimiento	959.87		
Agua Potable		90.15	
Energía Eléctrica		290.61	
Aceite		98.63	
Gasolina		78.120182	
Imprevistos (3%)		177.29	
COSTO DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			15,038.32
Sueldos y Salarios	13,482.89		
Suministros de Oficina		127.13	
Gastos Generales		475.14	
Teléfono		515.15	
Imprevistos (3%)		438.01	
GASTOS DE VENTAS			3,044.77
Sueldos y Salarios	-		
Publicidad	881.11		
Imprevistos (5%)	26.43		
GASTOS FINANCIEROS			
Amortización Activo Diferido	179.22		
Interés del préstamo	1,958.00		
TOTAL	**33,724.89**	**28,079.27**	**61,804.16**

CUADRO Nº 36
COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL QUINTO AÑO DE VIDA ÚTIL

	AÑO 5		
RUBROS	**COSTOS FIJOS**	**COSTOS VARIABLES**	**TOTAL**
COSTO DEL SERVICIO			
COSTO PRIMO			5,616.74
Mano de Obra Directa	5,616.74		
GASTOS			33,112.87
Materiales Indirectos		26,588.49	
Mano de obra Indirecta	6,524.38		
CARGA FABRIL			6,125.16
Deprec. del Edificio	893.00		
Deprec.del Vehículo	2,400.00		
Deprec. de Maquinaria y Equipo	612.27		
Deprec. Mueb. y Enseres.	114.75		
Deprec. Equipo de ofic.	11.97		
Deprec. Equipo de Computación	335.00		
Depreciación de Instalaciones	25.38		
Reparación y Mantenimiento	989.62		
Agua Potable		91.05	
Energía Eléctrica		293.51	
Aceite		101.69	
Gasolina		78.51078253	
Imprevistos (3%)		178.40	
COSTO DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			15,410.04
Sueldos y Salarios	13,819.97		
Suministros de Oficina		131.07	
Gastos Generales		489.87	
Teléfono		520.30	
Imprevistos (3%)		448.84	
GASTOS DE VENTAS			2,857.52
Sueldos y Salarios	-		
Publicidad	908.43		
Imprevistos (5%)	27.25		
GASTOS FINANCIEROS			
Amortización Activo Diferido	179.22		
Interés del préstamo	1,742.62		
TOTAL	**34,200.60**	**28,921.74**	**63,122.34**

Estructura de Ingresos.

Primeramente es necesario manifestar que se ha establecido el proceso técnico para la estimación de los ingresos, es decir, se ha dividido los costos totales para el número de funerales que la empresa ha planificado atender en el año , así en el primer año corresponde a 89 como se lo establece en la capacidad utilizada, obteniéndose un costo unitario de 629.13 dólares porservicio completo, para determinar el margen de utilidad se debió estudiar los precios de centros similares en otras ciudades y proponer un precio mas bajo y mas asequible según los cálculos. Así a este costo fue posible incrementarle un 50% de utilidad, así establecemos el ingreso total para el primer año; obteniendo un precio promedio de venta al público de **$943,70** dólares por, que se encuentra por debajo de los precios de otros centro ajenos a Chaguarpamba.

CUADRO Nº 37

ESTRUCTURA DE INGRESOS PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

AÑO	COSTOS TOTALES	Nº de PERSONAS FALLECIDAS AL AÑO	COSTO UNITARIO DEL SERVICIO	MARGEN DE UTILIDAD(50%) PRECIO EMPRESA	TOTAL DE INGRESOS PARA LA EMPRESA
1	55,992.79	89	629.13	943.70	83,989.19
2	59,317.12	91	651.84	977.75	88,975.68
3	60,553.16	93	651.11	976.66	90,829.74
4	61,804.16	94	657.49	986.24	92,706.24
5	63,122.34	96	657.52	986.29	94,683.51

Fuente: Presupuestos, CuadroNº 23 y 31
Elaboración: El Autor

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

El estado de pérdidas y ganancias para el periodo de vida útil de la empresa se lo calculó tomando en cuenta los ingresos por ventas, esto menos el costo de producción, de operación y desembolsos legales que se los indica en el siguiente cuadro, se obtiene la utilidad liquida en un periodo anual.

CUADRO Nº 38
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	83,989.19	88,975.68	90,829.74	92,706.24	94,683.51
(-)Costos-Totales	55,992.79	59,317.12	60,553.16	61,804.16	63,122.34
(=)Utlilid-Bruta-Ventas	**27,996.40**	**29,658.56**	**30,276.58**	**30,902.08**	**31,561.17**
(-) 15% Trabajadores	4,199.46	4,448.78	4,541.49	4,635.31	4,734.18
(=)Utilid-antes- Imp	**23,796.94**	**25,209.78**	**25,735.09**	**26,266.77**	**26,826.99**
(-)Impuesto- renta	5,949.23	6,302.44	6,433.77	6,566.69	6,706.75
(=)Utilid-antes-Reserva	**17,847.70**	**18,907.33**	**19,301.32**	**19,700.08**	**20,120.25**
(-)Reserva (10%)	1,784.77	1,890.73	1,930.13	1,970.01	2,012.02
(=)Utilid-Liquida	**16,062.93**	**17,016.60**	**17,371.19**	**17,730.07**	**18,108.22**

Fuente: Presupuestos, CuadroNº 31
Elaboración: El Autor

Punto de Equilibrio.

Permite tener conocimiento cuando son iguales tanto los ingresos por ventas y el total de los costos (fijos y variables), es decir es el punto donde la empresa no tiene perdidas ni ganancias.

Para calcular el punto de equilibrio en forma matemática en función de la capacidad instalada y de las ventas; y gráfico, es necesario clasificar a los costos en fijos y variables.

En el siguiente cuadro se expone los costos fijos y variables, para luego proceder a calcularlos matemáticamente, en función de los ingresos por ventas y en función de la capacidad instalada, y por último a graficarlos y de esta manera obtener el punto de equilibrio.

Como se indicó anteriormente, primero se clasifica los costos en fijos y variables, para luego con la utilización de las formulas en función de las ventas y la capacidad instalada proceder al cálculo del punto de equilibrio.

- **Método Gráfico**: Es la representación gráfica en el que se especifica el punto de equilibrio mediante el plano cartesiano.

PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN

a) En función de la capacidad instalada = PE = $\frac{CF}{VT - CV} \times 100$

$$PE = \frac{30.629,48}{83.989,19 - 25.363,31} \times 100 = 52.25\%$$

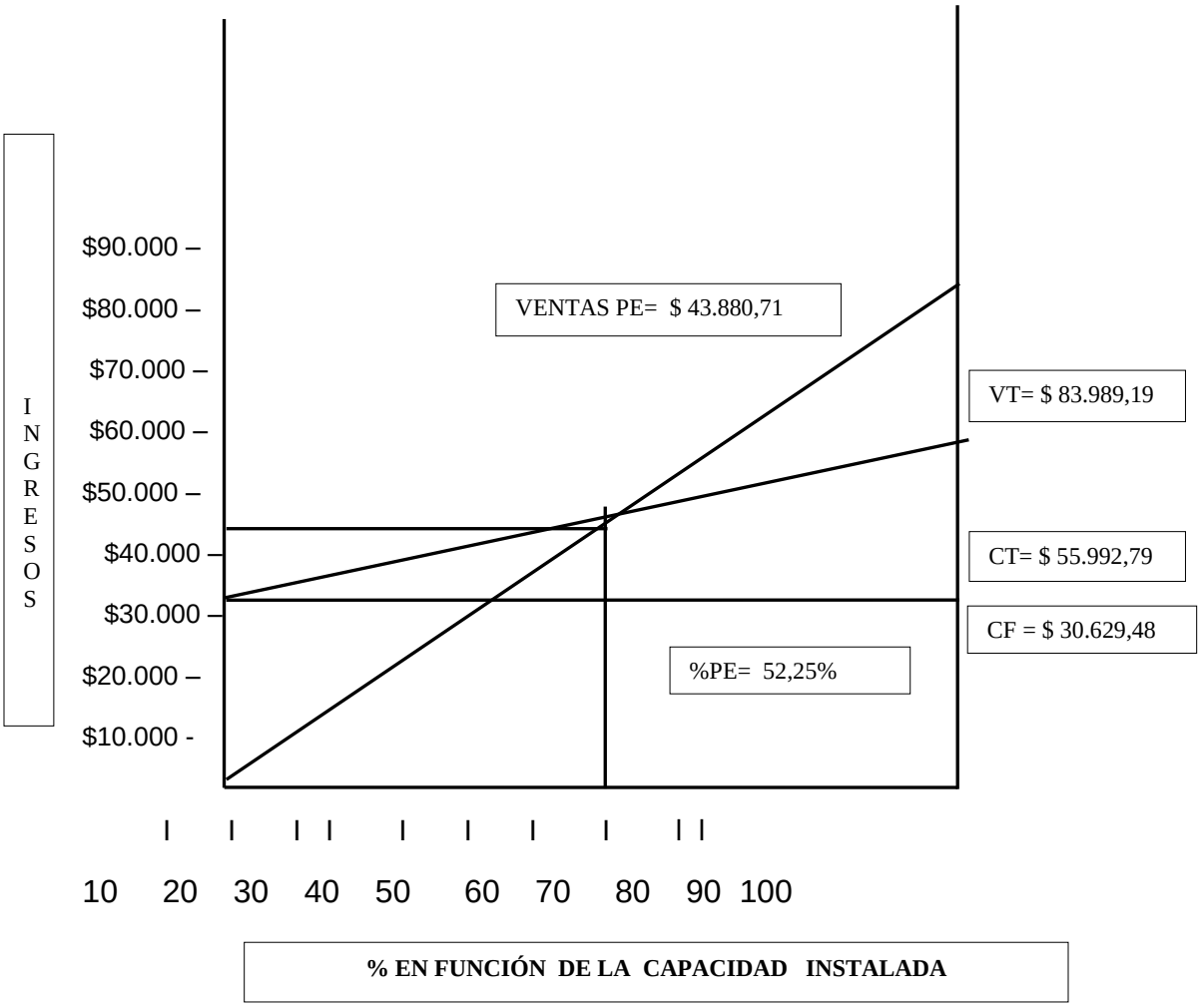
b) En función de las ventas.

$$PE = \frac{CF}{CV}$$

$$PE = \frac{30.629,48}{1 - \frac{25.363,31}{83.989,19}} = \$\ 43.880,71$$

$$1 - \frac{\quad}{VT}$$

a) MétodoGráfico



EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera permite cuantificar y determinar los costos que se requerirán para poner en marcha la empresa y los beneficios que se obtendrán como rentabilidad en periodos determinados de actividades, para ello se elabora el flujo de caja como un primer indicador para determinar la situación financiera.

Flujo de Caja.

El flujo de caja, permite tomar decisiones sobre la evolución de la empresa durante la vida útil del proyecto, en donde se agrupan las fuentes de acuerdo al origen de los fondos. A este estado financiero se lo obtiene relacionando el total de ingresos con el total de los egresos de cada año de vida útil, para así conocer el flujo de efectivo que la empresa tendrá en el proceso de prestación de los servicios en estudio.

CUADRO Nº 39
FLUJO DE CAJA

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	83,989.19	88,975.68	90,829.74	92,706.24	94,683.51
Valor Residual					25,002.85
TOTAL DE INGRESOS	83,989.19	88,975.68	90,829.74	92,706.24	119,686.36
EGRESOS					
Costos de Prestación de Servicio	39,562.25	41,762.16	42,617.98	43,721.07	44,854.77
Costos Administrativos	13,223.20	14,321.95	14,675.70	15,038.32	15,410.04
Gastos de Ventas	828.12	853.79	880.26	907.55	935.68
Gastos Financieros					
Interés del Crédito	2,200.00	2,200.00	2,200.00	1,958.00	1,742.62
Amortización Crédito			6,666.67	6,666.67	6,666.67
15% Utilidad a Trabajadores	4,199.46	4,448.78	4,541.49	4,635.31	4,734.18
25% Impuesto a la Renta	5,949.23	6,302.44	6,433.77	6,566.69	6,706.75
Reinversión en computadoras				1,500.00	
TOTAL DE EGRESOS	65,962.27	69,889.13	78,015.87	80,993.61	81,050.71
Flujo de Caja	***18,026.92***	***19,086.55***	***12,813.87***	***11,712.63***	***38,635.65***
DepreciaciónAct Fijo	3,832.72	3,832.72	3,832.72	3,832.72	3,832.72
Amortización Act Diferido	179.22	179.22	179.22	179.22	179.22
Flujo Neto de Caja	**22,038.86**	**23,098.49**	**16,825.81**	**15,724.57**	**42,647.59**

Fuente: Presupuestos - Cuadros Nº 31 y 38
Elaboración: El Autor

Se puede interpretar estos resultados como el flujo de efectivo por año, que tiene dinámica permanente en la empresa, es decir, entradas y salidas en efectivo.

Valor Actual Neto

Indicador de evaluación financiera que señala el saldo actual, que resulta luego de la vida útil del proyecto, es decir, el valor que tiene la inversión a través del

tiempo, bajo este concepto es factible de realizarlo cuando el valor actual neto es positivo, siempre y cuando la tasa de actualización utilizada sea un porcentaje que corresponda al costo de oportunidad de las inversiones en el mercado financiero.

CUADRO Nº 40

VALOR ACTUAL FACTOR ACTUALIZACIÓN = 11%

AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZADA	VALOR ACTUALIZADO
1	22,038.86	0.900900901	19,854.83
2	23,098.49	0.811622433	18,747.25
3	16,825.81	0.731191381	12,302.89
4	15,724.57	0.658730974	10,358.26
5	42,647.59	0.593451328	25,309.27
TOTAL			**86,572.51**

Fuente : CuadroNº 39
Elaboración: El Autor

Aplicando la fórmula se obtiene:

V.A.N = Sumatoria de Flujo neto – inversión

V.A.N = 86.572,51 - 68.887,67

V.A.N = 25.684,83

El V.A.N., indica que si el resultado es igual o superior a cero se acepte el proyecto y si es menor o negativo, no se lo acepte. Por tanto el proyecto es aceptable.

Relación Beneficio Costo.

Permite medir el rendimiento por cada dólar invertido, esta relación dicho de otra manera nos indica la capacidad de pago de la empresa, se lo obtiene realizando comparación de los valores actuales de los ingresos, con el valor actual de los egresos.

Cuando se obtiene un índice mayor a 1 en la relación beneficio – costo, el proyecto renta justo lo que el inversionista exige de la inversión

B/C = Ingreso actualizado/Costos actualizados

CUADRO Nº 41
RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

AÑOS	COSTO	FACTOR 11%	COSTO	INGRESO	FACTOR 11%	INGRESO
	ORIGINAL		ACTUALIZADO	ORIGINAL		ACTUALIZADO
1	55,992.79	0.9009009	50,443.96	83,989.19	0.9009009	75,665.94
2	59,317.12	0.8116224	48,143.11	88,975.68	0.8116224	72,214.66
3	60,553.16	0.7311914	44,275.95	90,829.74	0.7311914	66,413.92
4	61,804.16	0.6587310	40,712.31	92,706.24	0.6587310	61,068.47
5	63,122.34	0.5934513	37,460.04	94,683.51	0.5934513	56,190.06
TOTAL			**221,035.37**			**331,553.05**

Fuente: Presupuestos - Cuadros Nº 31 y 38
Elaboración: El Autor

B/C = 331.553,05**/**221.035,37

B/C = **1.50**

Analizando, se puede observar que se tiene como resultado el valor de 1.50 dólares, ya que se tiene un dólar con cincuenta centavos para pagar cada dólar que la empresa debe; o, dicho de otra manera, el proyecto renta 0.50 centavos más de lo que el inversionista exige de la inversión. Es importante destacar que

este 50% coincide con el margen de utilidad aplicado en la estructura de ingresos.

Tasa Interna de Retorno

Es un indicador que indica la capacidad de ganancia de un proyecto y la factibilidad de ejecutarlo, cuando la TIR es superior al costo de oportunidad del capital (o sea, aquel porcentaje de interés que le pagaría la banca privada sin correr riesgo alguno) se lo puede ejecutar.El método que se ha utilizado es el de actualización o descuento, que establece la equivalencia actual de un monto de dinero que se recibirá en el futuro. A continuación se aprecia la formula y luego el cuadro respectivo a este indicador.

$$TIR = Tm + Dt * \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

CUADRO Nº 42
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR 25%	VAN 1	FACTOR 26%	VAN 2
1	22,038.86	0.800000000	17,631.09	0.793650794	17,491.16
2	23,098.49	0.640000000	14,783.04	0.629881582	14,549.32
3	16,825.81	0.512000000	8,614.82	0.499906018	8,411.33
4	15,724.57	0.409600000	6,440.78	0.396750808	6,238.74
5	42,647.59	0.327680000	13,974.76	0.314881593	13,428.94
SUMAN			**61,444.49**		**60,119.48**
			556.82		-768.19

Fuente: Cuadro Nº 39
Elaboración: El Autor.

$$TIR = (25\% + 1\%) * \left(\frac{556.82}{556.82 - (-768.19)} \right)$$

$$TIR = 25{,}42\%$$

Al realizar el análisis correspondiente, se puede observar que se tiene una TIR de 25.42% lo que da a entender que es una tasa superior a las ofertadas en financieras y otros proyectos, por lo que sí es conveniente invertir en el proyecto.

Periodo de Recuperación del Capital.

El periodo de recuperación da a conocer el tiempo en que la empresa tardará en solventar la Inversión Inicial mediante el flujo de entradas de efectivo que producirá el proyecto. Para determinar si el proyecto es aceptable o no se debe analizar si el periodo de recuperación es inferior al periodo de vida útil del proyecto, y si el tiempo es mayor no se lo debe aceptar. A continuación se expone la fórmula para este indicador y el cuadro respectivo.

$$\text{PRC} = \begin{array}{c}\text{Año que supera}\\ \text{la inversión}\end{array} + \frac{\text{Inversión - } \sum \text{ primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

CUADRO Nº 43
PERIODO DE RECUPERACIÓN

AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO
0	**60,887.67**	
1		22,038.86
2		23,098.49
3		16,825.81
4		15,724.57
5		42,647.59
TOTAL		**120,335.33**

Fuente: Cuadro Nº 39
Elaboración: El Autor

Aplicando la fórmula:

$$PRC = 3 + \left(\frac{60.887,67 - 61.963,17}{16.825,81} \right)$$

$$PRC = 3 + 0,06$$
$$PRC = 2,94.años$$
$$0.94x12 = 11.28.meses$$
$$0,28x30 = 8.40.días$$

Con el resultado obtenido, se puede observar que la inversión inicial será recuperada en 2 años, 11 meses y 8 días.

Análisis de Sensibilidad.

El análisis de sensibilidad adopta los resultados de un modelo cuando cambian las circunstancias de alguna variable, es decir trata de manifestar las variaciones de rentabilidad del proyecto debido a la modificación de uno de los

componentes del modelo analizado, como es el caso de incrementar sus costos y disminuir sus ingresos. Para ello se procede a calcular la nueva tasa interna de retorno y así se puede conocer si el proyecto es o no sensible a las variaciones.

INTERPRETACIÓN.-Luego de realizar los análisis de sensibilidad se ha obtenido que el proyecto puede soportar un 15.50% de incremento en los costos,es decir, es el limite que soportaría el proyecto que se incremente sus costos, ejemplo los materiales indirectos etc, y soporta un 10.30% de disminución en los ingresos, es decir, que es el limite que soportaría si por alguna circunstancia bajan la venta de servicios o simplemente llego un competidor mas grande, así si se sobrepasa de los porcentajes encontrados, el proyecto se afecta financieramente, con la información expuesta se tiene que el proyecto es viable ya que soporta variaciones en los diferentes factores externos de tipo económico que puedan causar turbulencia en la gestión de la empresa. Seguidamente se exponen los dos cuadros en estudio.

Para demostrar lo manifestado en los dos análisis la sensibilidad no deberá pasar de 0.9.

CUADRO Nº 44
SENSIBILIDAD CON EL 15.50% DE INCREMENTO EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL +	INGRESO ORIGINAL	A C T U A L I Z A C I Ó N				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		15.50%			19.50%		20.50%	
0						-		-
1	55,992.79	64,671.68	83,989.19	19,317.51	0.836820084	16,165.28	0.829875519	16,031.13
2	59,317.12	68,511.28	88,975.68	20,464.41	0.700267852	14,330.57	0.688693376	14,093.70
3	60,553.16	69,938.90	90,829.74	20,890.84	0.585998203	12,241.99	0.571529773	11,939.74
4	61,804.16	71,383.80	92,706.24	21,322.43	0.490375065	10,455.99	0.474298567	10,113.20
5	63,122.34	72,906.30	94,683.51	21,777.21	0.410355703	8,936.40	0.393608769	8,571.70
						62,130.24		60,749.47
						1242.57		-138.20

NTIR = 20.40%

TIR DEL PROYECTO = 25.42%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tirproy. - Nueva Tir

Dif.Tir 5.02%

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = 19.75%

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad =	**0.97**

CUADRO Nº 45
SENSIBILIDAD CON EL – 12.30 % DE DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 8 % EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL -	A C T U A L I Z A C I Ó N				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			10.30%		20.00%		21.00%	
0						-		-
1	55,992.79	83,989.19	75,338.31	19,345.51	0.833333333	16,121.26	0.826446281	15,988.03
2	59,317.12	88,975.68	79,811.19	20,494.07	0.694444444	14,231.99	0.683013455	13,997.72
3	60,553.16	90,829.74	81,474.28	20,921.12	0.578703704	12,107.13	0.564473930	11,809.42
4	61,804.16	92,706.24	83,157.50	21,353.34	0.482253086	10,297.71	0.466507380	9,961.49
5	63,122.34	94,683.51	84,931.11	21,808.77	0.401877572	8,764.46	0.385543289	8,408.22
						61,522.54		60,164.89
						634.87		-722.78

NTIR = 20.47%

TIR DEL PROYECTO = 25.42%

1) DIFERENCIA DE TIR
Dif.Tir. = Tirproy. - Nueva Tir
Dif.Tir.= **4.95%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN
% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
% Var. = **19.48%**

3) SENSIBILIDAD
Sensib. = % Var./ Nueva Tir
Sensibilidad = 0.95

h. CONCLUSIONES

- En el mercado objeto de estudio que se constituye en el cantón Chaguarpamba, en cuanto a servicios funerales se ha obtenido una demanda insatisfecha de 89 servicios completos para el primer año, lo cual representa un significativo mercado disponible, incluso tomando en consideración que no hay competencia similar en el mercado , únicamente en otras ciudades de la provincia de Loja.

- Con el estudio técnico se puede determinar que el equipo a utilizar es de fácil adquisición en nuestro medio ya que no son de alta tecnología, de igual manera las flores para los arreglos y más insumos necesarios se los encuentra en el área en cantidades suficientes para en momentos determinados no tener problema de escasez de materiales indirectos.

- Es necesario que el proceso de atención a los clientes sea dirigido y controlado por personas con experiencia en estos servicios o procesos similares, mismos que controlaran elproceso desde el fallecimiento de una persona hasta su sepelio.

- En lo que se refiere a las inversiones, se tiene que se necesita un total de $60.887,67 se establece que no son exageradas ya que como se manifestó el equipo es básico, además la estructuración legal se la

realiza por una única vez, y en lo que tiene que ver a activos circulantes o capital de trabajo, este tendrá una rotación mensual ya que los servicios son ofertados y cobrados mensualmente.

- De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo lo cual asegura que la inversión tenga un valor significativo luego de los 5 años de vida útil del proyecto. Además para el presente proyecto la TIR es de 25.42%, siendo este valor mayor a las tasas pasivas del banco, por lo cual el proyecto es aceptable y ejecutable. Se ha obtenido también la relación beneficio costo, misma que asegura que por cada dólar que deba la empresa se tiene 1.50 dólares para pagar, lo cual refleja liquidez y el margen de utilidad.

- Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad, reflejan que la empresa soporta un 15.50% de incremento en los costos y un 10.30% de disminución en ingresos por lo cual el proyecto es aceptable al otorgar un margen de error en cálculos de mercado, técnicos y financieros.

i. RECOMENDACIONES

- Aprovechar el mercado existente ya que existe gran interés en los servicios funerarios o exequiales, además el proyecto es conveniente ya que en su mayoría de familias están consientes que en caso de muerte de los familiares es mas cómodo y necesario contratar a un centro como el presente ya que se ha dejado de utilizar las instalaciones de las casas de los familiares, esta costumbre se esta perdiendo.

- Los costos del servicio no resultan altos para la empresa en compra de equipo y mas activos, ya que existen en nuestro medio, en lo referente a los materiales indirectos e insumos estos no escasean durante el año ya que existen ofertantes en la provincia de Loja, El Oro, etc

- Se debe aprovechar las líneas de crédito de la CFN, a una tasa de interés del 11% anual lo cual favorece a las conveniencias del proyecto ya que otorgan 2 años de gracia, permitiendo tener más tiempo para hacer trabajar el capital.

- Que el proyecto sea puesto a consideración ante la SENPLADES, MIPRO, para establecer este emprendimiento que identifica las nuevas costumbres de las familias en caso de muerte de algún familiar. Este proyecto puede servir incluso de modelo para otros cantones.

j. BIBLIOGRAFÍA

- AndryColazans. Servicios Funerarios y cremaciones, 2001, Argentina, 3era edición.
- Ambuludi Serrano Juan. Servicios Exequiales, México 2004, Edición Oveja Negra.
- CORDOBA, Padilla, marcial.2006.Formulación y evaluación de proyectos .Ecoe ediciones.
- VACA, Urbina Gabriel. 2001.Evaluación de proyectos.. Mc Graw Hill, 4ta edición.
- CERVO, Albert, "Metodología de la Investigación Científica". México, Edit. Harl. 1995.
- COZPLAN, "Primer Curso Nacional de Formulación y Evaluación de Proyectos". 1974.
- DE COSS BURaul.Análisis y evaluación de proyectos de inversión. Editorial Limusa.2 da Edición.
- FLIPPO, Edwin B.; "Principios de Administración de Personal". Traducido al castellano por el Instituto de Promoción Organización Suizo-Colombiano. Editorial Presencia Ltda. Colombia. 1978.
- PASACA Mora Manuel Enrique. 2005 Formulación y Evaluación de Proyectos.

- FERNÁNDEZ ESCALANTE, Fernando M.; "Dirección y Organización de Empresas de Servicios ". Ediciones Macchi, 2000.

k. ANEXOS.

ANEXO Nº 1

ENCUESTA APLICADA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Con el objeto de instalar en nuestro medio una empresa dedicada a prestar servicios funerarios de calidad para beneficio de las familias de nuestro cantón, solicitamos brindarnos la siguiente información.

DATOS GENERALES:

Sector(……..…)

1. **¿Qué actividad realiza?**

   Agricultura-Ganadería ( ) Comercio ( ) Empleados ( )

2. **¿Cuánto es el ingreso económico mensual familiar?**

300 a 700	( )
701 a 1.200	( )
1.201 a 1.600	( )
Mas de 1.600	( )

DATOS INVESTIGATIVOS:

3. **¿Su familia por fallecimiento de algún familiar ha utilizado alguna vez los servicios de funeraria ?.**

   SI ( ) NO ( )

4. **¿Cuando ha fallecido algún miembro de su familia, indique el monto total que han gastado por concepto de alquiler de funeraria ?**

SI ( ) NO ( )

¿Cuál?.....

5. **¿ En el cantón conoce ud algún lugar , asociación o centro que brinde servicios de funeraria y exequiales en general ? .**

SI ( ) NO ( )

6. **¿Si en la ciudad de Chaguarpamba se instala un centro de servicios exequiales ?haría ud uso de ellos para algún familiar que fallezca?.**

SI ( ) NO ( )

¿Por qué?.....

7. **¿ Si respondió afirmativamente en la pregunta anterior , en caso de que fallezca algún familiar que servicios desearía hacer uso de los siguientes que brindaría el centro de servicios exequiales.?**

Implementos de funeraria (Iluminación, lámparas arreglos	( )
Venta de ataúd	( )
Alquiler de sala de velación	( )
Servicios de coche	( )
Tramites legales en el Seguro, si es afiliado el fallecido	( )
Tramites Legales de Sanidad	( )

8. **¿Al fallecer uno de sus familiares que tiempo en días ocuparía los servicios exequiales?.**

1 día	( )
2 días	( )
3 días	( )

9. ¿Cómo preferiría el pago de los servicios?

En un solo pago ( )
Acredito 1 año ( )
Otro ( )

10. ¿ Por qué medios le gustaría que se haga la publicidad de los servicios del centro ?

Prensa ( )
Radio ( )
Televisión ( )
Internet ( )
No Contestaron ( )

11. ¿ Si su respuesta fue La Televisión ¿En qué canal prefiere ?

Ecotel TV ( )
Teleamazonas ( )
Gamavision ( )
RTS ( )
UV Televisión ( )
TC Televisión ( )
No Contestaron ( )

12. ¿Qué horario le gustaría que fuera transmitido?

Mañana ( )
Medio Día ( )
Tarde ( )
Noche ( )
No Contestaron ( )

13. Si su respuesta fue La Radio ¿Cuál emisora prefiere

Boquerón ( )
Centinela ( )
Súper Laser ( )
Universitaria ( )

Sociedad ( )
Ecua-sur ( )
Hechicera ( )
Semillas de Amor ( )
La Bruja ( )
Luz y Vida ( )
Poder ( )

14. ¿ Qué horario le gustaría que fuera transmitido ?

Mañana ( )
Medio Día ( )
Tarde ( )
Noche ( )
No Contestaron ( )

15. Si su respuesta fue La Prensa ¿Que Periódico prefiere?

La Hora ( )

La Crónica de la Tarde ( )

Otro ( )

¿Cuál?.....
.

16. Sugerencias:

.....
.

.....
.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 3

VALOR DE TERRENO Y LAS CONSTRUCCIONES

ACTIVOS	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNIT.	V. TOTAL
CONSTRUCCIONES	M2	376	50	**18,800.00**
TERRENO	M2	521	20	**10,420.00**

ANEXO Nº4

VALOR DEL VEHÍCULO

ACTIVOS	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Vehículo Camioneta balde adaptado	UNIDAD	1	15000	15,000.00
TOTAL				**15,000.00**

ANEXO Nº5

VALOR DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO

EQUIPOS DE PLANTA	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Sillas	**180**	13	2340
Capilla Ardiente	**1**	400	400
Jarrones Grandes	**4**	120	480
Candelabro	**5**	70	350
Rotulo funeraria	**3**	120	360
Cruz	**1**	150	150
Arreglos florales artificiales	**200**	7	1400
Amplificación	**1**	200	200
Caballetes	**6**	70	420
Mesas	**4**	120	480
Cafetera de 3 litros	**1**	60	60
Basurero Grande	**8**	5	40
Juego completo de utensilios	**1**	123	123
TOTAL			6,803.00

La información sobre maquinaria y equipo que se expone, se la obtuvo de facturas proforma hechas a empresas locales y de Quito, la cual es

una de las encargadas de distribuir este tipo de equipo en nuestro país.

Seguidamente se da a conocer las adquisiciones en muebles, enseres, equipo de oficina entre otros activos necesarios para el funcionamiento normal de los servicios de la empresa.

ANEXO Nº 6

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNIT.	V. TOTAL
Escritorio (Gerente)	unidad	1	150	150
Escritorio (Secretaria)	unidad	1	125	125
Sillón (Gerente-Secretaria	unidad	2	50	100
Mesa de reuniones	unidad	1	100	100
Sillas de espera	unidad	4	50	200
Calculadora de Mesa	unidad	1	45	45
Archivadores metálicos	unidad	3	150	450
Basureros plásticos	unidad	5	5	25
Impresora multifunción		1	80	80
TOTAL:				**1275.00**

El equipo de oficina que se muestra, fue cotizado en almacenes de nuestra ciudad y está también sujeto a depreciación, la cual se la mostrará más adelante.

ANEXO Nº 7

EQUIPO DE OFICINA

EQUIPOS DE OFICINA	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNIT.	V. TOTAL
Calculadora Sumadora CASIO	unidad	2	50	100
Grapadoras	unidad	2	2	4
Tableros	unidad	2	2	4
Teléfono Central - fax	unidad	1	25	25
Computadoras	unidad	2	750	1500
TOTAL:				**133.00**

El equipo de oficina que se muestra, fue cotizado en almacenes de nuestra ciudad y se toma en cuenta la reinversión del computador al cuarto año. Se aclara que las computadoras están sumadas en el cuadro de activos fijos por su valor de 1.500 dólares, para mayor facilidad de realizar las depreciaciones, en adelante para proyectar materia primas etc, se trabaja con el 3.10% de inflación anual.

ANEXO Nº 8

VALOR DE LAS INSTALACIONES

TIPO DE INSTALACIONES	cantidad	V. UNITARIO	TOTAL
Instalaciones energíaeléctrica puntos	30	4	120
instalaciones industriales	20	3.5	70
Instalaciones de agua	14	6	84
Otras	2	4	8
TOTAL			**282.00**

ANEXO Nº 9

VALOR DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACIÓN	VALORES
Remuneración Unificada	298.00
Decimo tercero	24.83
Decimo cuarto	24.33
Vacaciones	12.42
Aporte patronal 12,15% R.U	37.25
Fondos de reserva	-
Aporte al IECE 0,5%	1.49
Aporte al SECAP 0,5%	1.49
TOTAL	399.81
Numero de operario	1
TOTAL MENSUAL	399.81
TOTAL ANUAL	**4,797.76**

La mano de obra directa está calculada en base a la tabla salarial del 2010, con su última regulación con el salario mínimo de 294 además con la remuneración unificada como lo hacen la mayoría de empresas locales, centrándonos así más a la realidad.

PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR ANUAL
1	4,797.76
2	5,215.70
3	5,346.10
4	5,479.75
5	5,616.74

La mano de obra directa para los años de vida útil del proyecto ha sido calculada en base a un promedio técnico de incremento de sueldos y

salarios de años anteriores, así el incremento será del 2.5% que se ha venido estableciendo en proyectos de inversión en nuestro país.

ANEXO Nº 10

MATERIA PRIMA INDIRECTA

Materia Prima	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Anual
Féretros	Unidades	89	250.00	22250.00
Maquillaje	Cajas	2	10	20.00
Mascarillas protectoras	Cajas	10	24	240.00
Guantes quirúrgicos	Cajas	10	7	70.00
Arreglos Florales Artificiales	Unidades	5	6	30.00
Cirios	Unidades	60	1	60.00
Vino de Consagración	Litros	23	9	207.00
Funda de hostias	Unidades	21	5	105.00
Café Criollo (libras)	Unidades	35	4	140.00
Azúcar (quintal)	Quintal	3	32	96.00
TOTAL				23218.00

PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	Personas atendidas	VALOR ANUAL	VALOR ANUAL
1	89	23,218.00	23,218.00
2	91	23,739.75	24,475.69
3	93	24,261.51	25,013.61
4	94	24,522.38	25,789.03
5	96	25,044.13	26,588.49

ANEXO Nº 11

MANO DE OBRA INDIRECTA

DENOMINACIÓN	VALORES
Remuneración Unificada	350.00
Decimo tercero	29.17
Decimo cuarto	24.33
Vacaciones	14.58
Aporte patronal 12,15% R.U	42.53
Fondos de Reserva	-
Aporte al IECE 0,5%	1.75
Aporte al SECAP 0,5%	1.75
TOTAL	464.11
Supervisor - Secretario	1
TOTAL MENSUAL	464.11
TOTAL ANUAL	**5,569.30**

PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA INDIRECTA

AÑOS	VALOR ANUAL
1	5,569.30
2	6,058.53
3	6,210.00
4	6,365.25
5	6,524.38

ANEXO Nº 12

LA CARGA FABRIL

Especificación	Unidad	V/unitario	Cantidad	V/ Anual
Agua	m3	0.7	125	87.50
Energía Eléctrica	kw/h	0.18	1567	282.06
Aceite	galón	22.50	4	90.00
Gasolina	galón	1.48	5	76.96
imprevistos 3%				202.02
Total				**738.54**

PROYECCIÓN DE LA CARGA FABRIL - $

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	87.50	88.38	89.26	90.15	91.05
Energía Eléctrica	282.06	284.88	287.73	290.61	293.51
Aceite	90.00	92.79	95.67	98.63	101.69
Gasolina	76.96	77.34	77.73	78.12	78.51

Es necesario señalar que la proyección de la energía eléctrica es con el 3.10% y gasto de agua potable aceite y gasolina están proyectados con estos índices por información de las instituciones proveedoras de los servicios en estudio.

ANEXO Nº 13

LAS DEPRECIACIONES - $

DENOMINACIÓN - ACTIVOS	VALOR HISTÓRICO	VIDA ÚTIL	% DE DEPRE	VALOR RESIDUAL	DEPREC ANUAL	VALOR / RESCATE
Edificio	**18,800.00**	**20**	**5%**	940	893.00	14,335.00
Vehículo	15,000	5	20%	3,000.00	2,400.00	3000
Equipo sala-velaciones	6,803	10	10%	680.30	612.27	3741.65
Muebles y Enseres	1275	10	10%	127.50	114.75	701.25
Equipo de oficina	133	10	10%	13.30	11.97	73.15
Instalaciones	282	10	10%	28.20	25.38	155.1
Equipo de Computación	1500	3	33%	499.95	333.35	2166.7
SUBTOTAL					**3,497.72**	
Reinversión en Equipo de Computación	1500	3	33%	495.00	335.00	830.00
TOTAL:	**24,993**		24,993		**3,832.72**	**25,002.85**

ANEXO Nº 14

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO - $

Denominación	Valor	Alícuota	Valor anual
Edificio	18,800.00	2%	376.00
Vehículo	15,000	2%	300.00
Maquinaria y Equipo	6,803	2%	136.06
Muebles y Enseres	1,275	2%	25.50
Equipo de oficina	133	2%	2.66
Instalaciones	282	2%	5.64
Equipo de Computación	1500	2%	30.00
TOTAL	**23,493**		**875.86**

PROYECCIÓN DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO.

AÑOS	PROYECCIÓN
1	875.86
2	903.01
3	931.01
4	959.87
5	989.62

ANEXO Nº 15

GASTOS ADMINISTRATIVOS - $- SUELDOS

DENOMINACIÓN	GERENTE	CONTADOR(A)
Remuneración Unificada	400.00	350.00
Decimo tercero	33.33	29.17
Decimo cuarto	20.00	20.00
Vacaciones	16.67	14.58
Aporte patronal 12,15% R.U	48.60	42.53
Fondos de Reserva		
Aporte al IECE 0,5%	2.00	1.75
Aporte al SECAP 0,5%	2.00	1.75
TOTAL	522.60	459.78
Numero de Personas	1	1
TOTAL MENSUAL	522.60	459.78
TOTAL ANUAL	**6,271.20**	**5,517.30**

Los sueldos al personal administrativo están calculados en base a la tabla salarial del 2011, con su última regulación, además con la remuneración unificada como lo hacen la mayoría de empresas locales privadas.

ANEXO Nº 16

SUMINISTROS DE OFICINA - $

ESPECIFICACIÓN	UNID.	V. UNIT.	C. ANUAL	V. TOTAL
Hojas	resmas	20	3.75	75
Carpetas-Archivo	unidades	0.40	20.00	8
Esferográficos	(docena)	2.50	2.00	5
Tinta impresora	(cartucho)	3.50	8.00	28
TOTAL				**116.00**

Los suministros de oficina para los años de vida útil del proyecto ha sido calculada en base a un promedio inflacionario, así el incremento será del 3.10% que se ha venido estableciendo en proyectos de inversión.

ANEXO Nº 17

GASTOS GENERALES POR SERVICIO - $

GASTOS GENERALES	UNID.	PRECIO UNIT.	CANT. ANUAL	TOTAL
Shampoo	envase	7.00	12.00	84.00
Papel higiénico	rollos	0.25	60.00	15.00
Detergente	fundas 500gr	3.21	36.00	115.56
Escobas	unidades	1.50	6.00	9.00
Uniformes de trabajo	Unidades	35.00	6.00	210.00
TOTAL				**433.56**

Todo el personal estará encargado de mantener el aseo y orden en la empresa, para esto se ha previsto los insumos necesarios.

ANEXO Nº 18

GASTOS ADMINISTRATIVOS TOTALES.

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Sueldos	11,788.50
Suministros de oficina	116.00
Gastos Generales	433.56
Teléfono	500.00
Imprevistos 3%	385.14
TOTAL	**13,223.20**

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS - $

AÑO	SUELDOS	SUMINISTROS	TELÉFONO	GASTOS GENERALES	IMPREVISTOS	TOTAL
1	11,788.50	116.0	500.0	433.6	385.14	13,223.20
2	12,833.21	119.6	505.0	447.0	417.14	14,321.95
3	13,154.04	123.3	510.1	460.9	427.45	14,675.70
4	13,482.89	127.1	515.2	475.1	438.01	15,038.32
5	13,819.97	131.1	520.3	489.9	448.84	15,410.04

El incremento para sueldos es el 2.5% anual y para suministros, el 1% teléfono etc es del 3.10% como referencia o promedio del crecimiento inflacionario del país, . Estos porcentajes se publican mensualmente en páginas de Internet o indicadores económicos o financieros del país.

ANEXO Nº 19

GASTOS DE VENTAS

GASTOS DE PUBLICIDAD

PUBLICIDAD	FACTOR	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Radio	Avisos	36	6	216
Medios Escritos	Página	15	20	300
Medios Televisivos	Segundos	12	24	288
TOTAL:				**804**

TOTAL DE GASTOS DE VENTAS

ESPECIFICACIÓN	VALOR ANUAL
Publicidad	804.00
Imprevistos 3%	24.12
TOTAL	**828.12**

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE VENTAS -$

AÑO	PUBLICIDAD	IMPREVISTOS	TOTAL
1	804.00	24.12	**828.12**
2	828.92	24.87	**853.79**
3	854.62	25.64	**880.26**
4	881.11	26.43	**907.55**
5	908.43	27.25	**935.68**

El incremento anual para este rubro es del 3.10% como referencia o promedio del crecimiento inflacionario publicado en páginas de Internet y con el 3% de imprevistos.

ANEXO Nº 20

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO -$

AÑO	PRÉSTAMO	TASA DE INTERÉS	AMORTIZACIÓN	PAGO ANUAL	SALDO
0		-	-	-	20,000
1	20,000	2,200		-	20,000
2	20,000	2,200		-	20,000
3	20,000	2,200	6,667	8,867	13,333
4	17,800	1,958	6,667	8,625	6,667
5	15,842	1,743	6,667	8,409	-

El monto del crédito obtenido es de 20.000 dólares, el interés anual es del 11%, con 2 años de gracia y para un tiempo de 5 años, la línea que nos otorga la CFN, es la del FOPINAR, entendiéndose que los dos primeros años solamente se pagará intereses y que a partir del 3er año se cancelará

conjuntamente capital e interés. Además seguidamente esta la amortización del activo diferido, a igual interés pero sin años de gracia.

ANEXO Nº 21

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO - $

AÑO	AMORTIZACIÓN
0	
1	179.22
2	179.22
3	179.22
4	179.22
5	179.22

ÍNDICE

CARATULA	**I**
CERTIFICACIÓN	**II**
AUTORÍA	**III**
AGRADECIMIENTO	***IV***
DEDICATORIA	**V**
a. TITULO	1
b. RESUMEN	3
SUMMARY	4
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	31
f. RESULTADOS	36
g. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	52
h CONCLUSIONES	128
i. RECOMENDACIONES	130
j. BIBLIOGRAFÍA	131
k. ANEXOS	133
Índice	150