



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

TEMA

“IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS EXEQUIALES EN EL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”.

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERAS EN BANCA Y FINANZAS.

AUTORAS:

GISELA KATERINE CUEVA HIDALGO

TATIANA ANABELL GRANDA TORRES

DIRECTORA:

ING. IDANIA PAUCAR JARAMILLO

Loja - Ecuador

2012

1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICACIÓN

Ingeniera: Ing. Idania Paucar Jaramillo

**DOCENTE DE LA CARRERA DE BANCA Y FINANZAS DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA Y DIRECTORA DE TESIS**

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis titulado: **“IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS EXEQUIALES EN EL CANTÓN YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”** presentado por las señoritas: Gisela Katerine Cueva Hidalgo y Tatiana Anabell Granda Torres previo a optar el grado de Ingenieras en Banca y Finanzas, ha sido desarrollado bajo mi dirección, el cual luego de haber sido revisado autorizo su presentación y sustentación ante el respectivo tribunal.

Loja, Febrero del 2012.

.....
Ing. Idania Paucar Jaramillo

DIRECTORA DE TESIS

AUTORIA

Todas las apreciaciones conceptuales, ideas, criterios, opiniones, análisis e interpretaciones vertidas en el presente proyecto de tesis son de responsabilidad exclusiva de las autoras.

.....

Tatiana Anabell Granda Torres

.....

Gisela Katerine Cueva Hidalgo

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica, Social y Administrativa;
especialmente a la Carrera de Ingeniería en Banca Y Finanzas con su
personal docente por habernos formado profesionalmente.

Un agradecimiento a nuestra profesora guía, Ing. Idania Paucar, por su tiempo,
consejos y disposición en el proceso de desarrollo de la tesis.

A nuestros padres, familiares y amigos por la motivación a formarnos como
profesionales.

A todas las personas que directa o indirectamente coadyuvaron a la realización
y ejecución de este estudio.

DEDICATORIA

A mí Dios y a la Virgen, por siempre bendecirme y guiarme en mis pasos, por darme la fuerza todos los días para seguir adelante, a mi madre Beatriz que ha sido mi apoyo y respaldo durante toda mi vida, a mis queridos hermanos y sobrinos, los cuales fueron un pilar fundamental para el desarrollo de toda mi persona. A mis amigos por el apoyo y compañía en cada etapa del camino recorrido juntos en nuestras alegrías y también en aquellos momentos difíciles.

TATIANA ANABELL GRANDA TORRES

Con especial entrega dedico el presente trabajo a mi mentor Dios, el cual permite que cada paso que doy en mi vida forje nuevos conocimientos, y con un amor infinito a mis padres y hermanos por creer y confiar en mí, apoyándome en todas las decisiones que he tomado en la vida.

Es a ellos a quienes dedico este trabajo por el apoyo incondicional a lo largo de la carrera los cuales me permitieron soñar y crecer en la búsqueda siempre del éxito.

GISELA KATERINE CUEVA HIDALGO

TÍTULO

**a. “IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS EXEQUIALES EN EL CANTÓN
YANTZAZA, PROVINCIA DE ZAMORA
CHINCHIPE”.**

RESUMEN

b. RESUMEN

El presente proyecto de Tesis denominado “Implementación de una Empresa de Servicios Exequiales en el Cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe”, es una iniciativa que a partir de los fines propuestos, intenta brindar un Servicio Exequial de calidad acorde a las necesidades de los habitantes, contribuyendo al desarrollo socio- económico del Cantón.

Inicialmente se partió con la realización del estudio de mercado, el cual fue desarrollado en el sector Urbano y Rural del Cantón Yantzaza, específicamente con la población económicamente activa PEA (7263 Habitantes), con ésta herramienta se procedió a calcular el número de encuestas a aplicar con un total de 365, donde la aceptación de la creación de una Empresa de Servicios Exequiales fue expresada claramente. El Diagnóstico de mercado permitió definir la demanda efectiva del servicio que es de 6406 personas y con una oferta de 1598, con lo cual se obtuvo una demanda insatisfecha de 1598 personas; trabajando con el 30% de esta demanda como mercado meta; el cual es de 1442 personas en el primer año.

Luego se procedió a la elaboración del estudio técnico, el mismo que permitió determinar la capacidad instalada de la Funeraria, la misma que está en la capacidad de atender a 360 personas durante el primer año, para el Paquete Básico que representan el 25% del mercado meta, 240 personas

para el Paquete Especial que es el 17% del mercado meta y 180 personas para el Paquete Premium que representa el 12%.

Es importante indicar, que la Funeraria estará ubicada en el sector céntrico del Cantón Yantzaza en las calles Primero de Mayo y José Arcentales esquina. Este lugar reúne las condiciones necesarias para el efectivo funcionamiento de la empresa. La ingeniería del proyecto tiene como función buscar recursos físicos para los requerimientos óptimos de prestación del servicio en la construcción y equipamiento empresarial.

La organización empresarial es bajo la forma de compañía de responsabilidad limitada, en vista de que este tipo de compañía ofrece todas las garantías necesarias para quienes se asocian en calidad de empresarios. Así mismo para poder llevar a cabo un buen funcionamiento de la funeraria "El Último Adiós"; se contará con los diferentes organigramas tanto organizacional, funcional y posicional; los mismos que son necesarios para conocer las funciones básicas que se tendrán que desempeñar en cada uno de los puestos de la empresa.

La implementación del proyecto requiere de una inversión de \$ 167.536,42 dicho valor es capital propio de \$ 37.536,42 que dio un porcentaje del 22% con el aporte de los socios y capital externo de \$130.000,00 con un porcentaje del 78%, financiado por el Banco Nacional de Fomento.

Los indicadores más aceptados en la evaluación del proyecto son, el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto que es \$121.056,10 dólares, lo cual asegura

un incremento en el valor de la empresa al final de la vida útil del proyecto. Por otro lado la Tasa Interna de Retorno (TIR) es 27,32%, dicho porcentaje está por encima del costo de oportunidad del capital (13,30%).

La relación Beneficio Costo es de 1.73 dólares, indicador que sustenta la realización del proyecto, ya que por cada dólar invertido se recibe una utilidad de 0.73 centavos de dólar, también se obtiene un periodo de recuperación del capital que es de 3 años, 7 meses y 25 días antes de que el proyecto termine su vida útil. El análisis de sensibilidad determina que el proyecto soportaría un incremento en los Costos del 30% y una disminución en los Ingresos del 18%.

SUMMARY

This thesis project entitled "Implementation of an Enterprise Funeral Services in Canton Yantzaza, Province of Zamora Chinchipe" is an initiative from aims, attempts to provide a quality funeral service according to the needs of people contributing to socio-economic development of Canton.

Initially started with the completion of market research, which was developed in the area of the Canton Urban and Rural Yantzaza, specifically the economically active population PEA (7263 inhabitants), with this tool, we calculated the number of surveys to apply with a total of 365, where the acceptance of the creation of an Enterprise Funeral Services was clearly expressed. Diagnosing market demand helped to define effective service that is 6406 people and an offer of 1598, which was obtained an unsatisfied demand of 1598 people, working with 30% of this demand as target market, which is of 1442 people in the first year.

Then he proceeded to prepare the technical study, which identified the same installed capacity of the Funeral, the same that has the capacity to serve 360 people during the first year for the basic package, representing 25% of the market goal, 240 people for the Special Package which is 17% of the target market and 180% for the Premium Package persons representing 12%.

It is important to indicate that the Funeral Home will be located in the downtown area of Canton Yantzaza in the streets on May Day and Joseph Arcentales corner. This place qualifies for the effective functioning of the

company. The engineering of the project is to find physical resources function for the optimal requirements of service in construction and business equipment.

The business organization is in the form of limited liability company, given that this type of company offers all the guarantees necessary for those who are associated as entrepreneurs. Also to carry out a proper functioning of the funeral "The Last Goodbye" will be different both organizational charts, functional and positional; the same as are necessary to know the basic functions will have to play in each of posts in the company.

The implementation of the project requires an investment of \$ 167.536,42 the equity value of \$ 37.536,42 which gave a percentage of 22% with input from partners and external capital of \$ 130,000.00 with a rate of 78%, funded by the National Development Bank.

The accepted indicators in the evaluation of the project are the Net Present Value (NPV) of the project is \$ 121.056,10 U.S. dollars, which ensures an increase in the value of the company at the end of the life of the project. On the other hand the rate of Return (IRR) is 27,32%, this percentage is above the opportunity cost of capital (13.30%).

The ratio Benefit Cost is \$ 1.73, an indicator that supports the project, because for every dollar it receives a utility of 0.73 cents, also yields a capital recovery period is 3 years, 7 months and 25 days, before the end of its useful

life project. Sensitivity analysis determines that the project would support an increase in costs of 30% and a decrease in revenue of 18%.

INTRODUCCIÓN

c. INTRODUCCIÓN

En un ambiente económico y próspero para la generación empresarial, la creación de empresas nuevas con características diferentes constituyen una actividad que debe ser aprovechada dentro de una verdadera magnitud, ya que todo el proceso desarrollado para ello garantiza resultados que permitirán a los inversionistas tomar decisiones adecuadas para invertir en actividades que les producirán rentabilidad en su inversión, como es el caso de las Empresas de Servicios Exequiales las mismas que demuestran estar a la vanguardia a nivel nacional ya que hoy en día pertenecen a un sector dinámico y de gran crecimiento.

Con estos antecedentes se denota la importancia de la creación de empresas previo un estudio de factibilidad que asegure su éxito a largo plazo y promueva el crecimiento del Cantón, es por ello que se pretende ofrecer un Servicio Exequial de calidad proporcionando tranquilidad a la persona que lo adquiera, ya que debido a una limitada inversión en alternativas innovadoras de negocios hasta la actualidad no existe, lo que ha generado que las familias del Cantón Yantzaza al momento de perder a un familiar tengan que velarlos en sus propios hogares.

El presente trabajo empieza con el **TÍTULO** que es el tema desarrollado; luego el **RESUMEN** en español e inglés el cual determina la pertinencia de la investigación y permite decidir si el documento o informe final es de interés; a continuación la **INTRODUCCIÓN** en la que se describe la importancia del

tema, el aporte que se brinda a la colectividad y en una forma general la estructura del trabajo; continua con la **REVISIÓN LITERARIA** en donde se desarrolla todos los temas relacionados con la creación de un proyecto de factibilidad para la implementación de una Empresa de Servicios Exequiales.

Seguidamente están los **MATERIALES Y MÉTODOS** donde se describe como se realizarán las actividades relacionadas con los objetivos de la investigación. La explicación contiene la lógica a seguir, métodos (científico, deductivo, inductivo, matemático); técnicas (observación directa, recolección bibliográfica, encuestas) e instrumentos (cuestionarios, fichas bibliográficas) que se van a utilizar.

En los **RESULTADOS** que es la parte más importante del proyecto se inicia con el estudio de mercado, en donde a través de la utilización de algunas técnicas, tales como: la encuesta y observación directa, se obtuvo información importante, acerca de los gustos y preferencias de los consumidores. Dicha información permitió determinar la demanda, oferta, demanda insatisfecha, mercado meta y el porcentaje de demanda a cubrir. En el estudio técnico se determinó el tamaño y la localización de la empresa, se describen los procesos de prestación del servicio, los equipos a utilizar y el personal que formará parte.

El estudio organizacional de la empresa establece el adecuado manejo y aprovechamiento del recurso humano, permitiendo el normal desenvolvimiento de las actividades de la empresa y por ende de los

objetivos empresariales. En el estudio financiero se describen las inversiones y el financiamiento necesario para la puesta en marcha del proyecto, la evaluación financiera establece la factibilidad del mismo.

En la **DISCUSIÓN** se expone el análisis de los diferentes temas relacionados con el proyecto de factibilidad. Por último se presentan las **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES** que se obtuvieron del presente proyecto. Así mismo la **BIBLIOGRAFÍA** que detalla la fuente bibliográfica a la que se tuvo acceso y los **ANEXOS** que constituyen el sustento de todo éste proceso.

REVISIÓN LITERARIA

d. REVISIÓN LITERARIA

4.1 EMPRESAS

¹“La empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. La actividad productiva consiste en la transformación de bienes intermedios (materias primas y productos semielaborados) en bienes finales, mediante el empleo de factores productivos (básicamente trabajo y capital).

Para poder desarrollar su actividad la empresa necesita disponer de una tecnología que especifique que tipo de factores productivos precisa y como se combinan. Así mismo, debe adoptar una organización y forma jurídica que le permita realizar contratos, captar recursos financieros, si no dispone de ellos, y ejercer sus derechos sobre los bienes que produce.

La empresa es el instrumento universalmente empleado para producir y poner en manos del público la mayor parte de los bienes y servicios existentes en la economía. Para tratar de alcanzar sus objetivos, la empresa obtiene del entorno los factores que emplea en la producción, tales como materias primas, maquinaria y equipo, mano de obra, capital, etc.”

4.1.1 ELEMENTOS DE LAS EMPRESAS

Los principales elementos de la empresa son los siguientes:

¹JONHSON, Robert W. (1998). Administración Financiera. México Continental.

- ◆ **El empresario:** Es la persona o conjunto de personas encargadas de gestionar y dirigir tomando las decisiones necesarias para la buena marcha de la empresa.
- ◆ **Los trabajadores:** Es el conjunto de personas que rinden su trabajo en la empresa, por lo cual perciben unos salarios.
- ◆ **La tecnología:** Está constituida por el conjunto de procesos productivos y técnicas necesarias para poder fabricar (técnicas, procesos, máquinas, ordenadores, etc.).
- ◆ **Los proveedores:** Son personas o empresas que proporcionan las materias primas, servicios, maquinaria, etc., necesarias para que las empresas puedan llevar a cabo su actividad.

4.1.2 FINES DE LAS EMPRESAS

- ◆ **Finalidad económica externa,** que es la producción de bienes o servicios para satisfacer necesidades de la sociedad.
- ◆ **Finalidad económica interna,** que es la obtención de un valor agregado para remunerar a los integrantes de la empresa. A unos en forma de utilidades o dividendos y a otros en forma de sueldos, salarios y prestaciones. Esta finalidad incluye la de abrir oportunidades de inversión para inversionistas y de empleo para trabajadores. Se ha discutido mucho si una de estas dos finalidades está por encima de la otra. Ambas son fundamentales, están estrechamente vinculadas y se debe tratar de alcanzarlas simultáneamente.

- ❖ **Finalidad social externa**, que es contribuir al pleno desarrollo de la sociedad, tratando que en su desempeño económico no solamente no se vulneren los valores sociales y personales fundamentales, sino que en lo posible se promuevan.
- ❖ **Finalidad social interna**, que es contribuir, en el seno de la empresa, al pleno desarrollo de sus integrantes, tratando de no vulnerar valores humanos fundamentales, sino también promoviéndolos.

4.1.3 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

❖ INDUSTRIALES

La actividad primordial de éste tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas.

Las industrias, a su vez, se clasifican en:

- ❖ **Extractivas:** Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovables o no renovables. Ejemplos de este tipo de empresas son las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etc.
- ❖ **Manufactureras:** Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados, y pueden ser:

De consumo final: Producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Por ejemplo: prendas de vestir, muebles, alimentos, aparatos eléctricos, etc.

De producción: Estas satisfacen a las de consumo final. Ejemplo: maquinaria ligera, productos químicos, etc.

❖ **COMERCIALES**

Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:

- ❖ **Mayoristas:** Venden a gran escala o a grandes rasgos.
- ❖ **Minoristas** (detallistas): Venden al por menor.
- ❖ **Comisionistas:** Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.

❖ **DE SERVICIO**

Son todas aquellas que realizan una actividad comercial, productiva y prestadora de servicios con fines de lucro.

Así tenemos empresas que prestan servicios a la comunidad con el fin de recuperar dineros, como Agua, Luz, Gas.

❖ **EMPRESAS DE SERVICIOS FUNERARIOS**

Una empresa funeraria es una empresa cuya actividad principal es la prestación de servicios funerarios, es decir, todos lo relacionado con los servicios que los usuarios requieren cuando un allegado fallece, bajo cualquier forma de gestión admitida en derecho.

La oferta de los servicios funerarios debe ser veraz, objetiva y suficiente e incluirá la forma en que las empresas funerarias pueden ofertar y dar

publicidad a sus servicios, la información que deben dar al usuario, la obligación de emitir facturas y la adquisición o arrendamiento de sepulturas mediante un contrato.

Tipos de servicios prestados

Entre los servicios prestados por las empresas funerarias podemos citar:

- ◆ Ataúdes, transporte local, nacional o internacional del cadáver y su entierro o incineración;
- ◆ Coches de traslado del fallecido;
- ◆ Gestiones administrativas (gestiones para la obtención de licencias, autorizaciones y cualquier otro documento obligatorio);
- ◆ Esquelas (domiciliarias y en medios de comunicación);
- ◆ Flores o coronas, servicios religiosos, gastos de tramitación u otros.
- ◆ Ceremonia (música, flores, registro de la ceremonia en vídeo).

4.2. EMPRENDIMIENTO

Se puede definir el emprendimiento como la manera de pensar, sentir y actuar, en búsqueda de, iniciar, crear o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades de negocios, viables en términos de mercados, factores económicos, sociales, ambientales y políticos, así mismo factores endógenos como capacidad en talento humano, recursos físicos y financieros, que le permiten al emprendedor una alternativa para el mejoramiento en la calidad de vida, por medio del desarrollo de un plan de negocios o la creación de empresas.

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

4.2.1 CUALIDADES DE UN EMPRENDEDOR

❖ Motivación

El emprendedor es una persona motivada por una gran necesidad de logro y ganas de construir algo.

❖ Optimistas

Buscan el lado bueno de las cosas y de los negocios, especialmente cuando toman decisiones. Tienen confianza en ellos mismos y en la gente.

❖ Persistentes

Es necesario insistir, estar determinado. Éstas son las formas en las que el emprendedor sabe que puede cambiar su destino y su realidad. Además, sabe que las cosas no se hacen de un momento para otro.

❖ Toma de decisiones

El emprendedor tiene que ser determinado y dar el paso. Las cosas tienen que hacerse para ello se requiere tomar las decisiones correctas en el momento correcto.

4.3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

²“El estudio de factibilidad se realiza para determinar:

- ❖ Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- ❖ Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente”.

³“El estudio de factibilidad debe conducir a:

- ❖ Identificación plena del proyecto a través de los estudios de mercado, tamaño, localización y tecnología apropiada.
- ❖ Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- ❖ Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos.
- ❖ Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.

²PROARCA/Capas, Rafael Luna y Damaris Chávez, Guatemala. Marzo 2001. Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos para elaborar estudios de factibilidad. Acceso: Octubre 15 2007. Documento disponible en: <http://www.irglttd.com/FactibilidadProyectosEcoturísticos-Guatemala.pdf>

³MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos. 4ta.ed. Editorial MM Editores, Colombia.

- ◆ Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita obtener argumentos para la decisión de realización del proyecto.

En consecuencia, los objetivos de cualquier estudio de factibilidad se pueden resumir en los siguientes términos:

- ◆ Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha.
- ◆ Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.”

Para determinar la factibilidad de proyectos de inversión es necesario realizar los siguientes estudios:

4.3.1 ESTUDIO DE MERCADO

⁴“El estudio de mercado sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio corresponden a las que desea comprar el cliente. Finalmente, el estudio de mercado dará la información acerca del precio apropiado para colocar el bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

⁴MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos. 4ta.ed. Editorial MM Editores, Colombia.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

El estudio de mercado permite estudiar variables sociales y económicas, que condicionan el proyecto aun siendo aparentemente ajenas a este. Entre ellas se puede mencionar: el precio de los servicios competitivos, el precio de los servicios complementarios, entre otros. En consecuencia, se trata de la recopilación y análisis de antecedentes que permita la conveniencia o no de ofrecer un servicio para atender una necesidad”.

Finalmente, el estudio de mercado debe presentar y analizar los siguientes elementos:

4.3.1.1 IDENTIFICACIÓN DEL BIEN O SERVICIO

Cuando nos referimos al servicio lo hacemos pensando no en lo que se piensa ofrecer o sustituir para ofertar a un cliente, pues se estaría cayendo en un concepto erróneo y antiguo; lo hacemos ubicándonos en las necesidades de la población; es por eso que lo consideramos como todo aquello que pueda satisfacer un deseo o una necesidad.

En consecuencia, un servicio lo podemos identificar respondiendo interrogantes en torno a:

- ◆ **Usos:** Se trata de responder a las preguntas: ¿Para qué se usa?, ¿Cómo se usa? Y ¿Cuáles son sus principales aplicaciones?.

- ◆ **Usuarios:** Se busca establecer la distribución espacial de los consumidores finales, lo mismo que su tipología: hábitos de consumo, ritual de compra, ocupación, niveles de ingreso, sexo, edad, nivel de escolaridad, profesión, ocupación, estado civil, deportes, etc.

4.3.1.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

⁵“La segmentación del mercado permite organizar y clasificar la demanda, de acuerdo a ciertos y determinados atributos; en efecto, este proceso conduce a conocer, entre otros aspectos:

- ◆ El número actual de demandantes.
- ◆ El número potencial estimado de compradores del bien o servicio.
- ◆ Los lugares donde suelen hacer las compras los consumidores (zonas urbanas, zonas rurales, grandes supermercados, tiendas virtuales, si el bien o servicio se entrega a nivel domiciliario).
- ◆ La ubicación geográfica de los productores y distribuidores.

La segmentación del mercado se analiza desde los siguientes aspectos:

- ◆ **Geográficas:** Indican el lugar donde reside el consumidor o usuario, como la nación, región, provincia, hábitat, etc. Son criterios objetivos para clasificar o dividir mercados.
- ◆ **Demográficas:** Atributos objetivos del consumidor, como el sexo, edad, estado civil, tamaño de la familia y posición ocupada en ella.”

⁵MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos. 4ta.ed. Editorial MM Editores, Colombia

4.3.1.3 INVESTIGACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

La metodología del estudio de mercado debe analizar los siguientes aspectos:

Diseño de la Muestra

⁶“Lo primero que se debe hacer es seleccionar el universo del cual se determinará la muestra. El segundo paso consiste en seleccionar el método más conveniente para obtener la muestra. Por último se obtendrá el tamaño de la muestra de acuerdo al presupuesto asignado, para ello se deberá asignar un porcentaje de error como un nivel de confianza.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

La muestra es el número de elementos, elegidos o no al azar, que hay que tomar de un universo para que los resultados puedan extrapolarse al mismo y con la condición de que sean representativos de la población. El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

- ◆ Del error permitido.
- ◆ Del nivel de confianza con el que se desea el error.
- ◆ Del carácter infinito o finito de la población.

Una muestra debe ser representativa si va a ser usada para estimar las características de la población. Los métodos para seleccionar una muestra representativa son numerosos, dependiendo del tiempo, dinero y habilidad

⁶MALHOTRA Narres K. Investigación de Mercados un enfoque práctico. 2da.ed. Madrid. Pearson Educación

disponibles para tomar una muestra y la naturaleza de los elementos individuales de la población”.

ELABORACIÓN Y VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

El cuestionario no solo debe permitir una correcta realización de la información buscada, sino que también tiene que ser diseñado de tal forma que facilite al máximo las posibilidades de un tratamiento cuantitativo de los datos recogidos.

Un buen cuestionario debe tener las siguientes propiedades:

- ◆ **Claridad del lenguaje:** Hay que procurar términos que sean suficientemente claros, lo que evitará errores de interpretación.
- ◆ **Respuestas fáciles:** Hay que elaborar preguntas cuyas respuestas no supongan gran esfuerzo mental.
- ◆ **No influenciar en la respuesta:** Hay que dejar entera libertad a la hora de elegir la respuesta, sin influir de ninguna forma al encuestado.

4.3.1.4 LA DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

La demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio. Este estudio cubre no solamente la demanda actual, sino también los pronósticos de

consumo que se puedan estimar, con base a los datos del pasado y de otros elementos cualitativos que puedan aportar nuevas luces al respecto. En cualquier circunstancia se requiere información sobre una gama amplia de variables que se supone afectan el comportamiento de la demanda.

⁷“Cuando se trata de proyectos privados (generadores de ingresos) el objetivo del estudio de demanda está encaminado a estudiar su comportamiento actual y futuro, en una área de influencia determinada y en ciertos niveles de precios, consultando naturalmente, la capacidad de pago de los consumidores.

Entre algunas variables se tiene a las siguientes:

Área del Mercado

Se trata de enunciar y explicar las características generales que definen y limitan el mercado que será atendido mediante los bienes y servicios a ofrecer. Esto supone la determinación de la zona geográfica en donde se ubican los potenciales demandantes que poseen el deseo o la necesidad, la capacidad de pago y la decisión de adquirirlo. El área de mercado hace referencia a tres puntos principalmente:

- ◆ **La población:** su tamaño actual, su tasa de crecimiento, los procesos de movilidad, su estructura (edad, sexo, costumbres, nivel de escolaridad, profesión, ocupación, estado civil, ubicación urbana o rural, etc.)

⁷NASSIR Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain. (2001). Preparación y Evaluación de Proyectos.3era.ed

- ◆ **Ingreso:** nivel actual, tasa de crecimiento, clasificación por estratos y su distribución.
- ◆ **Zona de influencia:** el análisis del mercado deberá restringirse en lo posible a una zona geográfica determinada, para la cual se estudiarán las características de los consumidores.

Comportamiento Histórico

La evolución histórica de la demanda se puede analizar a partir de datos estadísticos de los bienes o servicios que se han puesto a disposición de la comunidad.

El objeto de análisis histórico de la demanda es tener una idea aproximada de su evolución, con el fin de tener algún elemento de juicio serio para pronosticar su comportamiento futuro con algún grado de certidumbre.

La información utilizada para conocer la evolución de la demanda, se obtendrá de fuentes secundarias en primera instancia, datos de población, niveles de producción, importación o exportaciones, evolución de los precios, etc.; y si lo amerita el estudio se apelará a la consulta directa del consumidor mediante la utilización de mecanismos de observación y encuestas”

4.3.1.5 LA OFERTA

⁸“El estudio de la oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y se atenderán en un futuro, las demandas o necesidades de la población.

La oferta es también una variable que depende de otras, tales como: los costos y disponibilidad de los insumos, las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, los precios de los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de la competencia, etc.

Un buen punto de partida puede ser el observar el número de empresas que concurren al mercado, con el fin de inferir, en primera instancia, el régimen del mismo, esto es, observar si se trata de un solo proveedor (monopolio) o por lo contrario, son varios (oligopolio) o muchos (competencia) los que atienden la demanda” El estudio de la oferta considera los siguientes aspectos:

Listado de Proveedores

Se debe tratar de elaborar una lista lo más completa posible con respecto a los proveedores, indicando:

- ◆ Nombre de la empresa
- ◆ Estructura de costos y precios
- ◆ Participación en el mercado
- ◆ Sistemas de comercialización

⁸MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos. 4ta.ed. Editorial MM Editores, Colombia

- ◆ Sistemas de ventas (crédito, contado) y canales de distribución
- ◆ Localización.

Proyección de la Oferta

Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotadas para la demanda, dado que se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realiza dicha oferta. Esto supone la identificación y selección de fuentes secundarias y primarias adecuadas que le den confiabilidad al estudio.

4.3.1.6 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

En las organizaciones económicas basadas en el sistema de mercado, las pautas seguidas en la fijación de precios constituyen un aspecto esencial en el proceso de producción y comercialización de servicios. ⁹“Siempre que se suceda un cambio de los derechos de propiedad o siempre que se suministre un servicio, habrá un precio; en cada caso las empresas fijarán precios para sus bienes teniendo en cuenta ciertas consideraciones en torno a los costos, a la demanda y al mercado, y dentro del marco de lo político como de las conveniencias tanto de tipo económico como social.

El estudio de precios tiene que ver con las distintas modalidades que toma el pago de los servicios, sea a través de precios, tarifas o subsidios. El precio

⁹PORTER Michael e. Estrategia competitiva. 1998. Editorial Continental, México.

suele aparecer con algunas restricciones, como resultante del juego entre la oferta y la demanda; de ahí la importancia de medir la conducta de éstas ante alteraciones en el comportamiento del nivel de los precios”.

Dependiendo de la clase de producto o servicio y teniendo en cuenta la estructura de mercado, se pueden identificar algunas modalidades empleadas para la fijación de los precios:

- ◆ Fijación de precios con base en la competencia
- ◆ Los precios fijados por el mercado
- ◆ Los precios determinados por la estructura de costos de la empresa.

Los precios determinados por la estructura de costos de la empresa.

El pago de los factores de producción, tierra, trabajo, capital y capacidad empresarial es un punto cierto para estimar el precio de los bienes o servicios, queda claro que si la contabilización de los costos es el criterio básico de decisión para identificar precios, es preciso tener en cuenta los costos explícitos como los costos de oportunidad involucrados tanto en la instalación como en los distintos niveles de operación del proyecto.

Los precios fijados por el mercado

A diferencia de los precios fijados con base a los costos, este método toma en consideración la intensidad de la demanda, de modo tal que si la demanda es alta se fija un precio alto, y cuando esta se manifiesta débil los precios tenderán a niveles bajos.

Fijación de precios con base en la competencia

Dado la dificultad de conocer las reacciones de compradores y competidores, ante cambios en los precios, los empresarios suelen aplicar un promedio de los precios de los competidores, utilizando los criterios entre precio-costo y precio-mercado.

4.3.1.7 LA COMERCIALIZACIÓN

El estudio de la comercialización señala las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final.

Este proceso incluye: las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad.

Dentro de la comercialización también se debe analizar las siguientes variables:

Selección de Canales de Comercialización

¹⁰“Cuando se trabaja a nivel de estudio de factibilidad o de diseño definitivo, resulta útil por las repercusiones que tiene principalmente en los presupuestos financieros, elaborar, así sea en forma provisional, mapas de

¹⁰MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos. 4ta.ed. Editorial MM Editores, Colombia

los posibles canales de comercialización, calculando los valores agregados y preseleccionando los agentes en cada una de las etapas.

Publicidad

Es una eficaz herramienta para estimular la demanda y captar nuevos consumidores, en cualquier forma pagada de presentación no personal y de promoción de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado. Existen dos categorías fundamentales de publicidad: la del servicio y la institucional o de imagen. La publicidad del servicio se propone informar o influir en el mercado a favor del servicio que se anuncia. La publicidad institucional puede consistir en el patrocinio de actividades socialmente rentables, como los deportes, la cultura, etc. La publicidad transmite un mensaje que suele ser, por lo general, concreto a algún mercado amplio.

Promoción y Ventas

Es el complemento de la publicidad y de la venta personal. La promoción se orienta normalmente a los grupos de consumidores, por otra parte mientras la publicidad se centra en un número de personas reducido y muy concreto, como los vendedores, intermediarios, minoristas y otros segmentos similares. Son incentivos a corto plazo para estimular la compra o la venta de un producto o servicio.

La promoción de ventas está especialmente indicada para los servicios cuyas principales características se pueden apreciar mejor en el punto de venta y para los artículos de un acentuado carácter genérico.”

4.3.2 ESTUDIO TÉCNICO

4.3.2.1 GENERALIDADES DEL ESTUDIO TÉCNICO

¹¹“Uno de los aspectos que mayor atención requiere por parte de los analistas, es el estudio técnico que supone: la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero.

Todo el andamiaje financiero del proyecto, que corresponde a la estimación de las inversiones, los costos e ingresos además de la identificación de las fuentes está montado en gran parte en el resultado de los estudios técnicos.

Por un lado, la selección del tamaño óptimo es básica para la determinación de las inversiones y los costos de operación, teniendo en cuenta las estimaciones futuras del mercado.

Por otro lado, la ubicación final del proyecto es un factor que tiene notables repercusiones principalmente sobre los costos de operación, y es preciso elegir entre varias alternativas, teniendo en cuenta los costos de transporte de insumos y productos, la disponibilidad de insumos materiales y humanos, vías y medios de comunicación adecuados, normas legales favorables, etc.”

¹¹WEIRS Rodrigo (1997). Investigación de mercados, México, DF. Editorial Prentice Hall. Pág. 45

4.3.2.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto. Dentro del mismo se analizará lo siguiente:

❖ **Capacidad del Proyecto**

Desde un principio es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto; la forma más utilizada es establecer la cantidad de producción o de prestación del servicio por unidad de tiempo.

Por otro lado es útil aclarar ciertos términos con respecto a la capacidad del proyecto, se puede distinguir tres situaciones:

- ❖ **Capacidad diseñada.-** Corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio.
- ❖ **Capacidad instalada.-** Corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente.
- ❖ **Capacidad utilizada.-** Es la fracción de capacidad instalada que se está empleando.

En la medida en que se pueda penetrar al mercado y se mejore la eficiencia empresarial, se irá incrementando la capacidad utilizada hasta llegar al tope dado por la capacidad instalada.

❖ Factores Condicionantes del Tamaño del Proyecto

Al definir la magnitud del proyecto es preciso tomar en cuenta algunas consideraciones en torno a:

¹²**Tamaño y mercado:** La estimación del tamaño más apropiado se lo puede obtener del comportamiento de la demanda en su relación con el ingreso, con los precios, con los cambios en la distribución geográfica del mercado, con la movilidad, distribución geográfica y la estratificación de la población y, obviamente, con respecto a los costos propios del proyecto.

Tamaño, costos y aspectos técnicos: Los costos de un proyecto están estrechamente ligados a la definición del tamaño. Si la capacidad de producción se incrementa, los costos fijos unitarios decrecen y por lo tanto los costos unitarios totales, además se pueden manifestar economías de escala que mejoran la relación tamaño-costo.

Disponibilidad de insumos y servicios públicos: La producción de cualquier bien o la prestación de cualquier servicio requieren de la disponibilidad de cierta cantidad y calidad de insumos que se reciben a determinados precios. Por otro lado, la disponibilidad y calidad de los servicios públicos de agua, alcantarillado, energía eléctrica, teléfono, etc., debe ser juiciosamente ponderada al definir el tamaño del proyecto.

Tamaño y localización: La distribución espacial del mercado de productos e insumos, además de la importancia de los costos de distribución, hacen

¹²MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos. 4ta.ed. Editorial MM Editores, Colombia.

que la determinación del tamaño esté relacionada en forma significativa a la ubicación final del proyecto.

Tamaño y financiamiento: Cuando la capacidad financiera está por debajo del tamaño mínimo posible, el proyecto no ofrece ninguna viabilidad y debe ser rechazado o, por lo menos, replanteado. Pero si los recursos financieros permiten seleccionar entre varios tamaños alternos, se precisa escoger aquella escala que garantice costos mínimos, obviamente teniendo en cuenta las restricciones del mercado.

4.3.2.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El estudio de la localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.

El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio nacional o regional (macrolocalización), hasta identificar una zona urbana o rural (microlocalización), para finalmente determinar un sitio preciso.

El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio”.

❖ Factores Determinantes de la Localización

¹³“En la localización de proyectos, dependiendo su naturaleza, se consideran dos aspectos:

Macrolocalización

Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto. Los factores más importantes a considerar para la localización a nivel macro son:

- ❖ **Disponibilidad y Costos de los Insumos.-** Considerando la cantidad de productos para satisfacer la demanda, se debe analizar las disponibilidades y costos de la materia prima en diferentes zonas.
- ❖ **Recurso Humano.-** Existen industrias, cuya determinación se determina sobre la base de la mano de obra, esto es cuando se utiliza un gran porcentaje de esta y el costo es muy bajo.
- ❖ **Políticas de Descentralización.-** Se hacen con el objeto de descongestionar ciertas zonas y aprovechar recursos de materia prima que ofrece el lugar geográfico.

Microlocalización

En la localización a nivel micro se estudian aspectos más particulares a los terrenos ya utilizados. Entre los factores a considerar están:

¹³ANDER-EGG, Ezequiel y Aguilar María José. Como elaborar un proyecto. Guía para Diseñar Proyectos Sociales y Culturales. Editorial Lumen/Humanitas.13^a. Ed. Buenos Aires.

❖ **Proximidad y Disponibilidad del Mercado**

El mercado, o sea la localización de los potenciales compradores o usuarios, es un factor de importancia y de interés decisivo que debe ser considerado de manera especial en la localización de la planta.

❖ **Proximidad y Disponibilidad de Materia Prima**

De acuerdo a las características de los productos que se vayan a manufacturar, localizar la planta cerca de las materias primas o en las vecindades del área de mercado de los productos terminados, es una decisión estratégica bien importante.

❖ **Medios de Transporte**

En los estudios económicos de operación, el costo de transporte de materias primas, suministros, productos terminados y de personal, se convierten a menudo en un factor decisivo tanto para la selección del sitio como para determinar la capacidad de la planta. Las facilidades de transporte y sus tarifas constituyen un factor de alta importancia en la localización.

❖ **Disponibilidad y Servicios Públicos**

La industria se desarrolla principalmente en aquellas zonas donde se cuenta con suficiente abastecimiento de energía y agua potable. Ninguna planta industrial podría operar sin energía en cualquiera de sus usos; como fuente de poder, de enfriamiento, así como el agua a manera de prevención contra

incendios, como insumo insustituible en el aseo, o como insumo básico en las diferentes etapas del proceso.

❖ **Disponibilidad de Mano de Obra**

A pesar de que las políticas de implantación de salarios mínimos tratan de generalizarse en los países de la región, es preciso tener en cuenta el clima laboral y la disponibilidad de cierta calificación en la mano de obra”.

4.3.2.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.

❖ **Cadena de Valor**

¹⁴“Al construir una cadena de valor con las actividades de la empresa se puede examinar las conexiones que hay entre las actividades internas desarrolladas por la empresa y las cadenas de valor de clientes, canales de distribución, y proveedores además se puede identificar aquellas actividades claves para el negocio, que generan satisfacción en los clientes (internos y externos) y permiten ser competitivos en el mercado.

❖ **Descripción Técnica del Producto o Servicio**

Se trata de describir en forma inequívoca el producto o servicio objeto del proyecto, indicando entre otras: su nombre técnico, su nombre comercial, su

¹⁴CADENA, Jaime (2007). Material Educativo, dictado de clases de Gerencia Procesos. Ecuador.

composición, la forma de presentación (botella, caja, etc.), la unidad de medida (metro cuadrado, Kg., galón, etc.), forma de almacenamiento y transporte, su vida útil estimada, y todas las características que permita reconocerlo y diferenciarlo.

❖ **Identificación y Selección de Procesos**

Existen múltiples alternativas técnicas para la producción de un bien o la prestación de un servicio, por lo tanto se precisa que los analistas en una primera aproximación estudien, conozcan y distingan las diferentes opciones tecnológicas que permitan seleccionar la más apropiada, dada las restricciones de todo orden propias de cada proyecto específico.

❖ **Listado de Equipos**

Conociendo plenamente el proceso de puede hacer un listado detallado de todas y cada una de las máquinas y muebles necesarios para la operación.

❖ **Descripción de los Insumos**

Lo mismo que con los productos se debe hacer una descripción detallada de los insumos principales y secundarios y por otro lado es preciso detallar el personal que se empleará, su nivel de entrenamiento y calificación y el requerimiento de técnicos y profesionales.

❖ **Distribución Espacial**

La distribución en el terreno de las distintas unidades de operación, movilización y administración, debe corresponder a criterios técnicos,

económicos, y de bienestar que al mismo tiempo que contribuyen a la eficiencia en la producción, determinan condiciones favorables a la convivencia en comunidad.

Los arquitectos deben diseñar las edificaciones industriales y administrativas, con las obras civiles complementarias tales como: bodegas, vías de acceso, caminos peatonales, estaciones de energía, tanques de agua y combustibles, parqueaderos, zonas de recreación y de reserva, acometidas de servicio, campamentos durante el periodo de ejecución, etc., en armonía con la naturaleza, el paisaje y las reservas ecológicas.

❖ **Distribución Interna**

Cada uno de los muebles, maquinarias y equipos que participa en el proceso de transformación o de prestación de servicio debe estar dispuesto en forma tal que garantice mejores condiciones de trabajo y seguridad, una adecuada utilización del espacio disponible, una mejor movilización de los insumos, además de una mayor eficacia en la operación que redundará, en menores costos de producción”.

4.3.3 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

En el estudio organizacional se define el marco legal, el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para la puesta en marcha y ejecución del proyecto. Incluye requerimiento del personal, organigramas, descripción de cargos y funciones.

Dentro de un estudio organizacional se debe analizar los siguientes aspectos:

4.3.3.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

Es aquel estudio que se refiere a los aspectos propios de la actividad ejecutiva de su administración, en este estudio se agrupa y organiza las diferentes actividades a desarrollar para garantizar el logro de los objetivos y metas propuestas para el proyecto.

De esta manera, puede realizarse el esfuerzo coordinado que lleva a la obtención de los objetivos, definiendo las relaciones y aspectos más o menos estables de la organización.

¹⁵“Para la organización de la empresa debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- ❖ Definir los valores y principios que se relacionen más con la organización.
- ❖ Identificación plena de cada una de las actividades o tareas que se dan a propósito del proyecto (prestar un servicio o producir un bien).
- ❖ Agrupar tareas que se orienten a cumplir una función específica dentro del proyecto (recursos humanos, procedimientos administrativos, mercado, entre otros).

¹⁵KONTS H, WEIHRICH H. “Administración: una perspectiva global” naturaleza de la planificación. 2da. Ed. Editorial SanPer, Traducción México, DF. Pág. 129.

- ❖ Determinar los requerimientos de personal para el ejercicio de cada función.
- ❖ Establecer los Objetivos los cuales se dirige la actividad de la empresa, los mismos que deberán ser reales, medibles y cuantificables.
- ❖ Establecer la Misión Organizacional, se identificará plenamente la tarea básica a la que se dedicará la empresa, la misma que será redactada en términos optimistas, alentadores y altamente motivadores de modo que puede ser capaz de englobar claramente los objetivos particulares que se consiguen.
- ❖ Redacción de la Visión, se establecerán los principales retos a cumplir por la empresa para los próximos 3 años, luego de los cuales se podrá comprobar mediante las acciones y decisiones tomadas a lo largo del camino si la gestión administrativa ha sido correcta y apta para alcanzar los objetivos propuestos.

4.3.3.2 DISEÑO ORGANIZACIONAL.

Definir la forma de organización de la empresa consiste en traducir las principales funciones empresariales en roles y tareas a realizar por persona, asignando luego las tareas individuales por puesto de trabajo, en función de las competencias de cada persona. Con este propósito, conviene realizar un organigrama en el que se expresen las funciones a desarrollar, las responsabilidades de cada persona, así como las formas y jerarquías que se generan.”

¹⁶A continuación se muestran los elementos más relevantes de la estructura organizacional:

- ❖ El organigrama estructural que es una presentación gráfica de la conformación administrativa de una empresa, permitiendo conocer de forma objetiva los puestos operativos y jerárquicos dentro de la compañía.
- ❖ Especificación de las tareas a realizar en cada posición de trabajo y agrupamiento de las tareas similares y/o relacionadas en departamentos, los que a su vez serán agrupados en unidades mayores que los contengan, de acuerdo a su especialización, similitud o vinculación de procesos y funciones. A este proceso se lo denomina departamentalización.
- ❖ Descripción del puesto que es el complemento escrito del organigrama y junto con él forma parte del manual de organización. En cada puesto de trabajo se incluye:

Objeto: finalidad del sector de la organización;

Puesto: la descripción del cargo, y sus misiones y funciones básicas;

Responsabilidad: la descripción de las tareas por las cuales responde el sector;

Requisitos a cumplir de cada persona para desenvolverse en el puesto.

Autoridad: quiénes dependen de él y de quién depende el sector”.

¹⁶VOLPENTESTA. Jorge Roberto. Organizaciones, procedimientos y estructuras. Editorial Buyatti. Buenos Aires, PAG.55.

4.3.3.3 ORGANIZACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.

Dentro del estudio legal se puede decir que toda organización posee un armazón jurídico que regula los derechos y deberes, en las relaciones entre sus diferentes miembros. Este contexto jurídico e institucional parte desde de la Constitución, la ley, los decretos, las ordenanzas y los acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones.

¹⁷“Dentro de un estudio legal se debe identificar claramente:

Tipo de Sociedad.

Con respecto a la sociedad el Código Civil la define como un contrato por el que dos o más personas estipulan poner un capital u otros efectos en común, con el objeto de repartirse entre las ganancias o pérdida que resultan de la especulación.

De acuerdo al Código Civil, y al Comercio, las sociedades comerciales o mercantiles se pueden clasificar en:

- ❖ **Sociedad colectiva.-** Es aquella en que todos los socios administran por sí o por un mandatario elegido de común acuerdo, y en la cual todos los socios responden solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales.
- ❖ **Sociedad en comandita.-** Es aquella en la cual uno o más socios se comprometen “solidaria e ilimitadamente” en su responsabilidad sobre las operaciones sociales de la firma, y uno o varios socios

¹⁷MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos. 4ta.ed. Editorial MM Editores, Colombia

comprometen su responsabilidad hasta el monto de sus aportes a la misma. Los primeros se denominan socios gestores o colectivos y los segundos, socios comanditarios.

- ❖ **Sociedad de responsabilidad limitada.-** En este tipo de sociedad, los socios responden hasta el monto de sus aportes. El capital social de la sociedad que estará representado por cuotas de igual valor, debe ser pagado totalmente al integrarse la compañía. La sociedad de responsabilidad limitada no puede tener menos de dos (2) socios, ni más de quince (15).
- ❖ **Sociedad anónima.-** La sociedad anónima se forma con la reunión de un fondo social, formado por accionistas que responden hasta el monto de sus aportes. Este tipo de sociedad tiene una denominación que de acompaña de las palabras “Sociedad Anónima”, o de la partícula “S.A.”. Este tipo de sociedad no puede inscribirse ni funcionar sin un mínimo de cinco (5) accionistas.
- ❖ **Sociedad de economía mixta.-** Estas sociedades tienen aportes de capital privado y de capital estatal. Las sociedades de economía mixta se comportan legalmente como las sociedades privadas, salvo que se disponga lo contrario dentro de los estatutos de constitución.
- ❖ **Sociedades extranjeras.-** Las sociedades extranjeras son las que se constituyen conforme al ordenamiento jurídico de otro país, y cuyo domicilio principal se encuentra en el exterior.
- ❖ **Empresas de economía solidaria.-** En nuestro medio está comenzando a hacer carrera el esquema “solidario” con el fin

deliberado de lograr metas conjuntas, mediante el consumo, el ahorro o la inversión a que se comprometen grupos identificados en propósitos comunes.

Nuestra legislación la define como: toda asociación voluntaria de personas en que se organice esfuerzos y recursos, con el propósito principal de servir directamente a sus miembros, sin ánimo de lucro”

Constitución de una Empresa.

Las personas que van a constituir una Empresa tendrán que seguir una serie de pasos, o pasar por diferentes etapas necesarias e indispensables, para hacerlo dentro del marco de la Legalidad.

- ❖ Reunión entre personas naturales o jurídicas, que por mutuo acuerdo eligen una figura Empresarial, dentro de la Ley General de Sociedades, buscar un nombre nuevo y no existente, para lo cual se requiere la verificación en la Superintendencia de Compañías.
- ❖ Elaboración de la Minuta, redactada por un Abogado, donde constarán los datos de los socios como nombres, apellidos, documentos de identidad, el aporte que hacen, etc.
- ❖ Escritura Pública, los socios acudirán a una Notaría Pública, para firmar y poner su huella digital.
- ❖ Inscripción en los Registros Públicos.
- ❖ Inscripción en la Superintendencia de Compañías, para obtener la personalidad jurídica.

- ❖ Autorización, para la impresión de comprobantes de pago.
- ❖ Acudir a la Municipalidad de la respectiva jurisdicción distrital, para solicitar la Licencia de Funcionarios municipales respectiva.
- ❖ Inscripción de sus trabajadores en el IESS, para que tengan un Seguro Social determinado por Ley.
- ❖ Adquisición de Registros Contables, que vaya de acuerdo con su constitución, que presente Efecto Tributario.
- ❖ Legislación de los Libros Contables.

4.3.4 ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

4.3.4.1 ESTUDIO FINANCIERO

¹⁸“El presente capítulo tiene por objeto hacer una presentación amplia y rigurosa de cada uno de los elementos que participan de la estructura financiera del proyecto, a saber: las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los costos que concurren en la elaboración, administración, venta y financiamiento de cada uno de los productos o servicios, el ingreso derivado de las ventas de los mismos; toda esta información proyectada a cada uno de los periodos que comprometen el horizonte del proyecto”

El horizonte del proyecto tiene tres etapas perfectamente delineadas en primer lugar la etapa de instalación o ejecución en la cual se hacen la mayor parte de las inversiones; la etapa de operación o funcionamiento en la cual se generan los costos y se producen los ingresos propios de la venta de la

¹⁸MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos. 4ta.ed. Editorial MM Editores, Colombia

producción o de la prestación del servicio; y la tercera etapa en la cual se supone que el proyecto termina su actividad regular al no alcanzar a generar los beneficios de orden financiero, económico o social y se procede a su liquidación.

Dentro de un estudio financiero se debe identificar y calcular claramente:

4.3.4.1.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES.

¹⁹“Con el presupuesto de inversión se trata de organizar la documentación con el fin de identificar la magnitud de los activos que requiere la empresa para la transformación de insumos o prestación de servicios y la determinación del monto de capital de trabajo necesarios para el funcionamiento normal del proyecto después del periodo de instalación.

Las inversiones que se hacen principalmente en el periodo de instalación se pueden clasificar en tres grupos:

- ❖ **Inversiones fijas.**- Las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil son entre otras: terreno, construcciones y obras civiles, maquinaria, equipo y herramientas, vehículos, muebles, etc.

- ❖ **Inversiones diferidas.**- La inversiones diferidas son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios

¹⁹MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos. 4ta.ed. Editorial MM Editores, Colombia.

para la puesta en marcha del proyecto; tales como: los estudios técnicos, económicos y jurídicos; los gastos de organización; ensayos y puesta en marcha; el pago por el uso de marcas; los gastos por capacitación y entrenamiento de personal.

- ❖ **Capital de trabajo.-** La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos.

4.3.4.1.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

- ❖ ²⁰**Financiación propia:** Proviene del mismo emprendedor y su equipo de trabajo. Una de sus cualidades es que no tiene preestablecido un plazo para su devolución. Por ejemplo: Ahorros personales, donación de inmuebles para el negocio, equipos personales (tales como computadoras, impresoras, etc.).
- ❖ **Financiación Ajena:** Proviene de fuentes externas al emprendedor y su equipo de trabajo. Son consideradas de carácter exigible a corto, mediano y largo plazo. Serán devueltas al término del contrato o

²⁰WEIRS Rodrigo. Investigación de mercados, México, DF. Editorial Prentice Hall. Pág. 45

acuerdo pactado. Por ejemplo: Préstamos bancarios, ayudas de gobierno, socios inversionistas, etc.

❖ Recursos permanentes

Fondos propios: Dinero del propio emprendedor y/o su equipo de trabajo (Ej. Ahorros personales, equipos de cómputo, etc).

Exigibles a largo plazo: Disponemos de mayor tiempo para su devolución (Ej. Hipotecas).

Deudas a corto plazo: Exigibles a corto plazo: Disponemos de menor tiempo para su devolución (Ej. Proveedores o préstamos bancarios con devolución a 24 meses).

Se debe lograr el equilibrio de nuestros recursos para financiar una empresa. Los elementos de activo fijo (Terrenos, edificios, mobiliario y equipo) deben financiarse con Recursos Permanentes, mientras que el activo circulante (Caja, bancos, mercancías) con Deudas a corto plazo”.

4.3.4.1.3 COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN

²¹“Durante el periodo de operación se puede identificar cuatro clases de costos: en primer lugar los costos ligados más directamente a la prestación del servicio, son los costos de fabricación; en segundo lugar los costos administrativos propios de la organización de la empresa; por otro lado los costos causados por efecto del impulso ajeno.

²¹MIRANDA Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos. 4ta.ed. Editorial MM Editores, Colombia.

Durante el periodo de operación se puede identificar los siguientes costos y gastos:

Costos de Fabricación.- Son aquellos que se vinculan directamente con la elaboración del producto o la prestación del servicio son entre otros:

- ❖ **Costo directo:** Este costo está constituido por: la materia prima, los materiales directos, la mano de obra directa (obreros) con sus respectivas prestaciones.
- ❖ **Gastos de fabricación:** Dentro de estos gastos se tiene: materiales indirectos y mano de obra indirecta con sus respectivas prestaciones. Estos gastos se caracterizan por la dificultad de identificar su presencia en cada unidad de producción o de servicio.
- ❖ **Otros gastos indirectos:** Dentro de otros gastos indirectos se tiene: depreciación de los equipos, servicios, mantenimiento, seguros de fábrica, amortización a diferidos, entre otros.

Gastos de Administración.- Dentro de los gastos administrativos se tiene los siguientes gastos: sueldos, prestaciones, depreciaciones administrativas, amortizaciones diferidas, seguros, impuesto, entre otros.

Gastos de Ventas.- Dentro del gasto de ventas se tiene dos gastos que son:

- ❖ **Gastos de comercialización:** Entre los gastos de comercialización se puede distinguir los siguientes: sueldos y salarios (ejecutivos y supervisores de ventas, investigadores de mercado); comisiones de vendedores; gastos de representación, viajes, viáticos, gastos de

publicidad (diarios, revistas, radio, televisión, muestras gratis, exposiciones, vallas, puntos de venta, etc.); asistencia técnica a clientes, papelería y útiles de oficina, comunicaciones, etc.

4.3.4.1.4 INGRESOS

En un proyecto los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o la prestación del servicio o por la liquidación de los activos que han superado su vida útil dentro de la empresa, o también por los rendimientos financieros producidos por la colocación de excesos de liquidez.

4.3.4.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

Este capítulo está dedicado a presentar criterios de evaluación financiera a partir de las inversiones, costos e ingresos de una propuesta de inversión distribuidos en el tiempo, con el fin de componer indicadores que sirvan de base estable, firme y confiable para la toma de decisiones.

La evaluación financiera consiste en medir objetivamente ciertas magnitudes resultantes de la formulación del proyecto y convertirlas en cifras financieras con el fin de obtener indicadores útiles para medir su bondad.

Con el afán de entender qué es una evaluación financiera se puede decir que está constituida por las siguientes etapas:

- ❖ En primer lugar los recursos monetarios invertidos se convierten en activos (se compran terrenos, equipos, edificaciones, vehículos, se contratan estudios, se hacen provisiones para capital de trabajo, etc.)
- ❖ En segundo lugar estos activos a través del proceso de producción y combinados adecuadamente con ciertos insumos (mano de obra, materiales, procesos, etc.) producen ciertos bienes o servicios que al ser vendidos generan ingresos.
- ❖ Y por último la comparación de los ingresos con la inversión en activos y la compra de insumos se podrá determinar la rentabilidad del proyecto.”

Por lo tanto se puede decir que la evaluación financiera supone los siguientes pasos:

Punto de Equilibrio.

²²“El análisis del Punto de Equilibrio es un método de Planeación Financiera, que tiene por objeto, proyectar el nivel de ventas netas que necesita una empresa, para no perder ni ganar, en una economía con estabilidad de precios, para tomar decisiones y alcanzar objetivos.

Para calcular el punto de equilibrio en dólares de aplica la siguiente fórmula”.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Netas}}}$$

²²Punto de Equilibrio y Eficacia. Monografías Internet. www.monografias.com/trabajos30/punto-equilibrio/punto-equilibrio.Shtml. Acceso: 22 de Noviembre 2007.

Flujo de Fondos.

²³“Para calcular los flujos de fondos en primer lugar se debe identificar plenamente los ingresos y egresos en el momento en el que ocurren. El flujo de fondos es un esquema que presenta en forma orgánica y sistemática cada una de las erogaciones e ingresos líquidos registrados período por período.

Los elementos involucrados en este flujo de fondos son:

- ❖ Las erogaciones correspondientes a las inversiones que se realizan principalmente en el período de instalación del proyecto.
- ❖ Los costos que se causan y se pagan en el período de funcionamiento del proyecto.
- ❖ Los ingresos recibidos por la venta de la producción o la prestación del servicio.
- ❖ Los valores económicos (no contables) de los activos fijos en el momento de liquidar el proyecto.
- ❖ Otros ingresos generados por la colocación de excesos de liquidez temporal en inversiones alternas.”

Indicadores de Rentabilidad.

Una vez determinado el probable flujo de fondos de efectividad del proyecto para un determinado período de operación, es necesario demostrar que la inversión propuesta será económicamente rentable o no, para lo cual este

²³JONHSON, Robert W. Administración Financiera. México Continental.

análisis se basa en parámetros de evaluación como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, el periodo de recuperación de capital y la razón beneficio costo.

- ❖ **Valor actual neto (VAN).**- Consiste en traer a valor presente los flujos de fondos netos que va a generar el proyecto, descontados a una tasa de descuento y descontando la inversión inicial. La fórmula que se emplea es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FFN}{(1+d)^t} - I_o$$

Dónde:

FFN = Flujo de fondos neto.

d = Tasa de descuento

n = Período.

I_o = Inversión inicial.

Si el Valor Actual Neto es mayor a cero el proyecto es viable.

Si el Valor Actual Neto es menor a cero el proyecto no es viable.

Si el Valor Actual Neto es igual a cero el proyecto es indiferente.

- ❖ **Tasa Interna de Retorno (TIR).**- ²⁴La tasa interna de retorno es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero,

²⁴BLANT T. LELANDY ANTHONY TARQUIN. Ingeniería Económica. Mc GRAW Hill.

es decir, que el valor presente de los flujos de fondos neto sea igual a la inversión neta realizada para la ejecución del proyecto.

$$TIR = T_m + DT \frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN TM}$$

Dónde:

TIR = Tasa interna de retorno

T_m = Tasa menor de descuento para actualización

DT = Diferencia de tasas de descuento para actualización

VAN T_m = Valor actual a la tasa menor

VAN TM = Valor actual a la tasa mayor

Si la Tasa Interno de Retorno es mayor que el costo del Capital debe aceptarse el proyecto.

Si la Tasa Interna de Retorno es igual que el Costo del Capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

Si la Tasa Interna de Retorno es menor que el Costo del Capital debe rechazarse el proyecto.

- ❖ **Relación Beneficio – Costo.-** Esta relación expresa el rendimiento, en términos del VAN, que genera el proyecto por unidad monetaria invertida. Es indispensable que el índice sea mayor a uno.

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}} - 1$$

Si la relación Beneficio/Costo > que 1; se puede realizar el proyecto

Si la relación Beneficio/ Costo = que 1; es indiferente realizar el proyecto

Si la relación Beneficio/ Costo < que 1; se debe rechazar el proyecto.

- ❖ **Período de Recuperación de la Inversión (PRI).**- Permite determinar el tiempo que se tarda en recuperar la inversión inicial de un proyecto desde que se pone en marcha, basándose en los flujos de caja previstos que concibe en cada uno de los periodos de su vida útil. La inversión se recupera en el año en el cual los flujos de caja acumulados sean iguales o superen a la inversión inicial.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

- ❖ **Análisis de Sensibilidad**

Tiene la finalidad de mostrar los efectos que sobre cualquier indicador financiero tendría una variación o cambio en el valor de una o más de las variables de costo o de ingreso que inciden en el proyecto.

El análisis de sensibilidad es un cuadro resumen que muestra los valores de los indicadores financieros (VAN, TIR, PRI y B/C) para cualquier porcentaje de cambio previsible en cada una de las variables más relevantes de costos e ingresos del proyecto”.

Si el coeficiente es $>$ que 1, el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.

Si el coeficiente es $<$ que 1, el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

Si el coeficiente es $=$ que 1, no hay efectos sobre el proyecto.

MATERIALES Y MÉTODOS

e. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 MATERIALES

En todo el proceso los materiales juegan un papel primordial ya que los mismos sirven como complemento dentro del desarrollo de la tesis. Para la realización del presente trabajo se adquirió lo siguiente:

- ❖ Hojas de papel bond
- ❖ Carpetas
- ❖ Flash Memory
- ❖ Esferos
- ❖ Empastados de Tesis
- ❖ Copias
- ❖ Cd's
- ❖ Cartuchos
- ❖ Grapas, etc.

5.2 METODOLOGÍA

La metodología es el instrumento que enlaza el sujeto con el objeto de la investigación y permite llegar a la lógica que conduce al conocimiento científico. Dentro de ésta se explica la forma como se realizarán las actividades relacionadas con los objetivos de la investigación.

5.2.1 MÉTODOS

Para el desarrollo de la investigación se utilizó métodos que se indican a continuación, pues son considerados como un proceso de construcción del conocimiento.

CIENTÍFICO.- Sirvió como guía en el proceso investigativo el mismo que permitió identificar los problemas más relevantes del Cantón Yantzaza, además se utilizó para recopilar la información necesaria para complementar el contenido teórico referente al emprendimiento y la gestión de proyectos en las decisiones de inversión reforzando los conocimientos adquiridos; permitió organizar racional y sistemáticamente los recursos, técnicas y procedimientos.

DEDUCTIVO- Se utilizó para realizar un diagnóstico de las condiciones actuales del entorno empresarial en el Cantón Yantzaza. Se aplicó en el estudio de mercado ya que permitió tener una visión real de los requerimientos de la colectividad acerca del servicio, así como de su demanda, oferta, precio, canales de comercialización y el mercado objetivo al que irá dirigido. Además se utilizó este método para conocer la localización de la funeraria, el tamaño del proyecto; todo esto a través del estudio técnico.

Por otra parte sirvió en la aplicación del estudio Legal - Administrativo mediante el cual se determinó la constitución y organización de la empresa, permitió dar conclusiones y alternativas de solución a la problemática encontrada a través del presente proyecto.

INDUCTIVO.- Se utilizó este método para determinar datos exactos de los moradores del sector; conocer la ingeniería del proyecto; así mismo sirvió en el estudio Económico-Financiero mediante el cual se determinó los costos de inversión necesarios para la puesta en marcha del proyecto y los indicadores

de la rentabilidad como VAN, TIR, Relación Beneficio Costo, Tiempo de Recuperación de Capital y Análisis de sensibilidad que se obtuvieron de la inversión realizada.

MATEMÁTICO.- Permitió realizar el cálculo de los diferentes agregados cuantitativos, como el cálculo de la demanda, la proyección de la misma para los años de vida útil estimado, y la respectiva muestra aplicando la fórmula muestral; para clasificar, analizar, sintetizar y organizar cada una de las operaciones de la práctica.

5.2.2 TÉCNICAS

OBSERVACIÓN DIRECTA.- Esta técnica permitió observar de manera directa la demografía del Cantón Yantzaza; conocer la estructura empresarial del mismo y de ésta forma poder plantear las soluciones a estos problemas.

RECOLECCIÓN BIBLIOGRÁFICA.- Permitió la recopilación de las diferentes fuentes de consulta tales como: libros, revistas, internet, y más publicaciones referentes al proyecto, las mismas que sirvieron de sustento teórico o referencial para el desarrollo de la tesis.

ENCUESTAS.- Para realizar las encuestas se determinó la Población Económicamente Activa del Cantón Yantzaza, de la cual se obtuvo la respectiva muestra que es de 365 encuestas, las mismas que permitieron conocer la población objetiva del proyecto.

$$n = \frac{NZ^2PQ}{N - 1 E^2 + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{7263 \cdot 1.96^2 (0.5)(0.5)}{7263 - 1 \cdot 0.05^2 + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{7263 (3.8516)(0.25)}{7262 \cdot 0.0025 + (3.8516)(0.25)}$$

$$n = \frac{6975,3852}{18,155 + 0,9604}$$

$$n = \frac{6975,3852}{19,1154}$$

$$n = 365$$

5.2.3 INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO.- Este instrumento permitió elaborar un formato de encuesta el mismo que fue aplicado a toda la Población Económicamente Activa del Cantón Yantzaza.

FICHAS BIBLIOGRÁFICAS.- Estas sirvieron como un referente de la bibliografía utilizada en el marco teórico. Además de ello, permitió identificar los textos de consulta tales como autor, título, año, etc.

RESULTADOS

f. RESULTADOS

Las encuestas aplicadas a la población económicamente activa del Cantón Yantzaza, está constituida por tres segmentos que son:

Datos de identificación: Está constituida por preguntas generales tales como: sexo, actividad económica a la que se dedican, edad, estado civil, ingresos mensuales, egresos mensuales.

Mercado Actual: Estas preguntas tienen el propósito de conocer si la población económicamente activa del Cantón Yantzaza conoce alguna empresa que preste Servicios Exequiales a la ciudadanía.

Mercado Futuro: A través de éstas preguntas se podrá conocer si la población está de acuerdo con la implementación de una empresa que ofrezca Servicios Exequiales, si estarían de acuerdo en adquirir los servicios que preste la misma, la ubicación, el valor que estarían dispuestos a pagar por los servicios que prestará la funeraria, los servicios que estarían dispuestos a adquirir, etc.

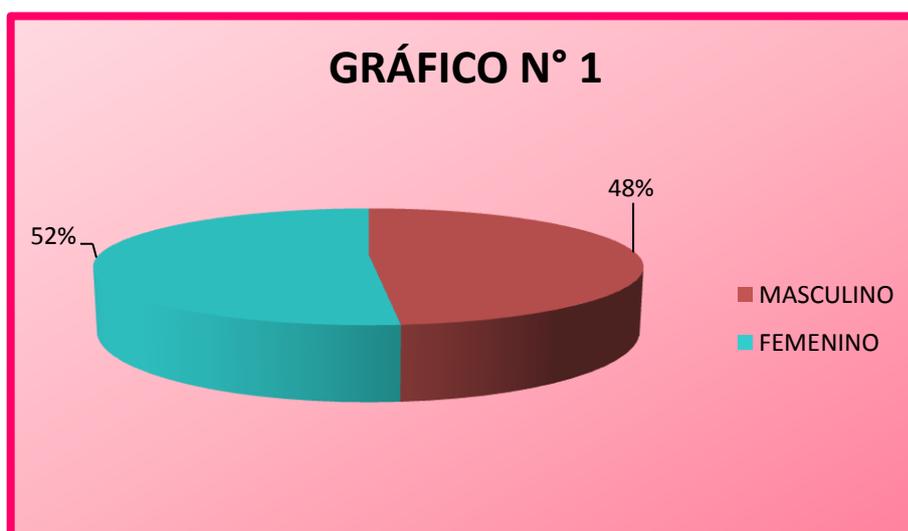
DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

1. Sexo

CUADRO N° 1

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	177	48%
FEMENINO	188	52%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras

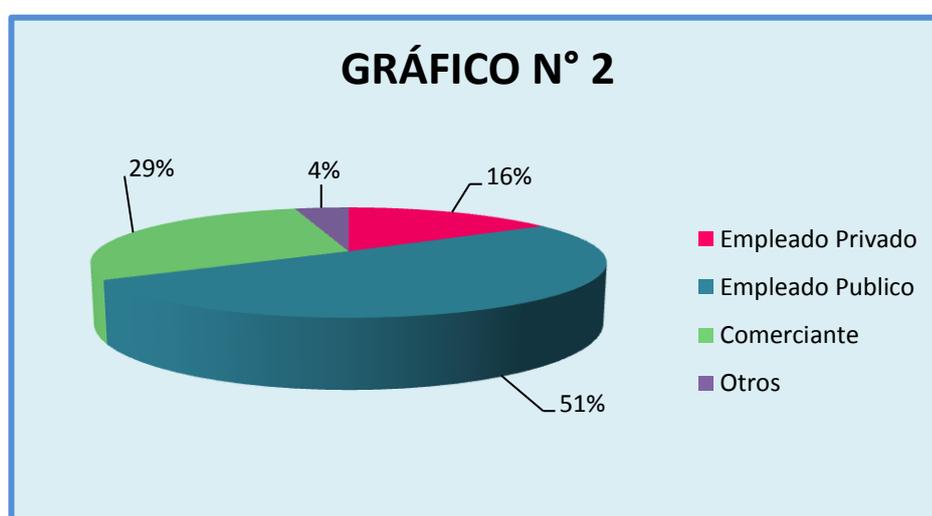
Se estableció mediante ésta pregunta que de las 365 personas encuestadas el 52% (188 personas) son Mujeres; mientras que el 48% (177 personas) son Hombres.

2. Sírvase indicar su ocupación actual

CUADRO N° 2

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleado Privado	59	16%
Empleado Público	185	51%
Comerciante	106	29%
Otros	15	4%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras

Esta pregunta se realizó con el fin de conocer la ocupación de cada una de las personas encuestadas del Cantón Yantzaza; en donde se pudo determinar que el 51% de las mismas son Empleados Públicos como Docentes de Primaria, Secundaria, Funcionarios Municipales y Médicos; el 29% de las personas se dedican a la actividad comercial; el 16% son Empleados Privados como Funcionarios de las Bancos, Abogados, Ingenieros Civiles y Secretarias; el 4% restante corresponde a Mecánicos, Agricultores, Costureras y Empleadas domésticas; mostrando así que los

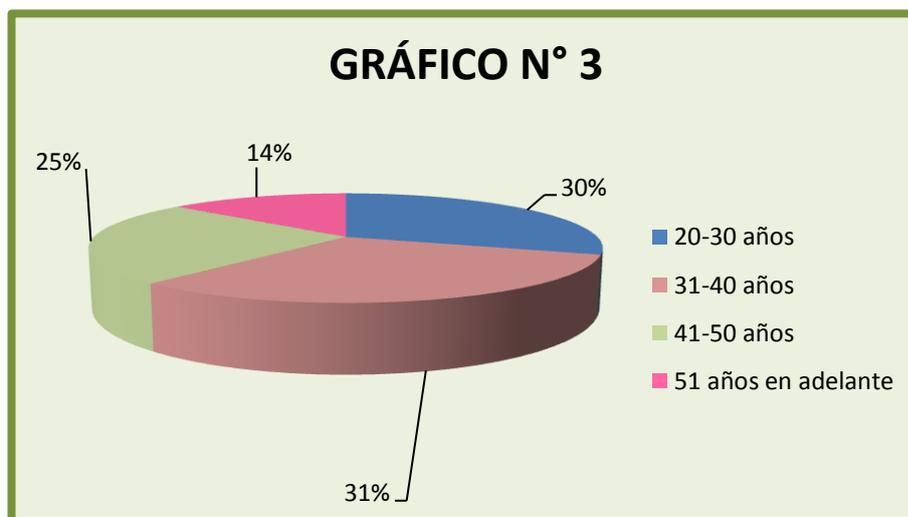
habitantes ejercen actividades lucrativas que son una muy buena fuente de ingresos para que puedan obtener nuestros servicios.

3. ¿A qué grupo de edad pertenece?

CUADRO N° 3

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-30 años	110	30%
31-40 años	114	31%
41-50 años	91	25%
51 años en adelante	50	14%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras

Mediante esta pregunta se determinó la edad de cada una de las personas encuestadas; en donde se evidencia que el 31% de la población están entre los 31-40 años, el 30% están entre 20-30 años; el 25% están entre los 41-50 años y el 14% son personas de 51 años en adelante.

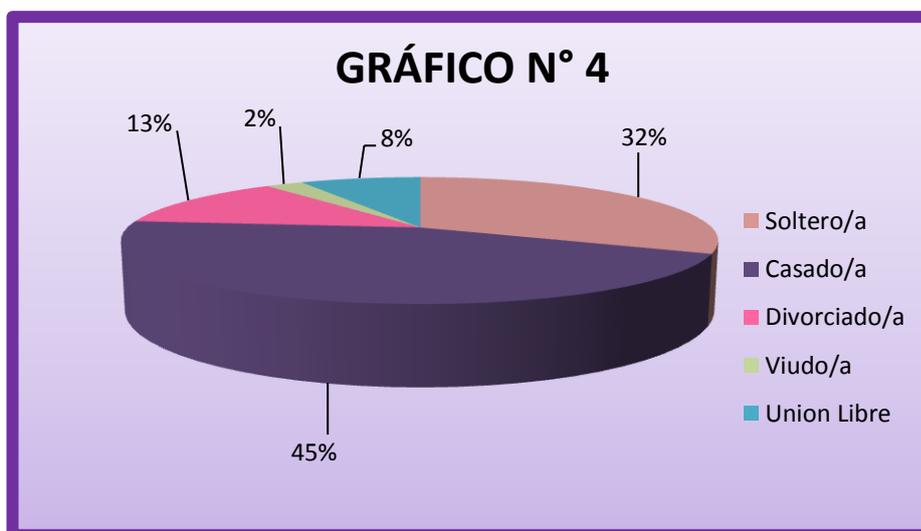
4. Indique su estado civil

CUADRO N° 4

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero/a	115	32%
Casado/a	165	45%
Divorciado/a	47	13%
Viudo/a	9	2%
Unión Libre	29	8%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

Con el objetivo de conocer el estado civil de las personas encuestadas, pudimos determinar que el 45% de las mismas son Casados/as; el 32% son Solteros/as; el 13% de las personas son Divorciadas/as; el 8% de las personas se encuentran en Unión libre y el 2% son Viudos/as.

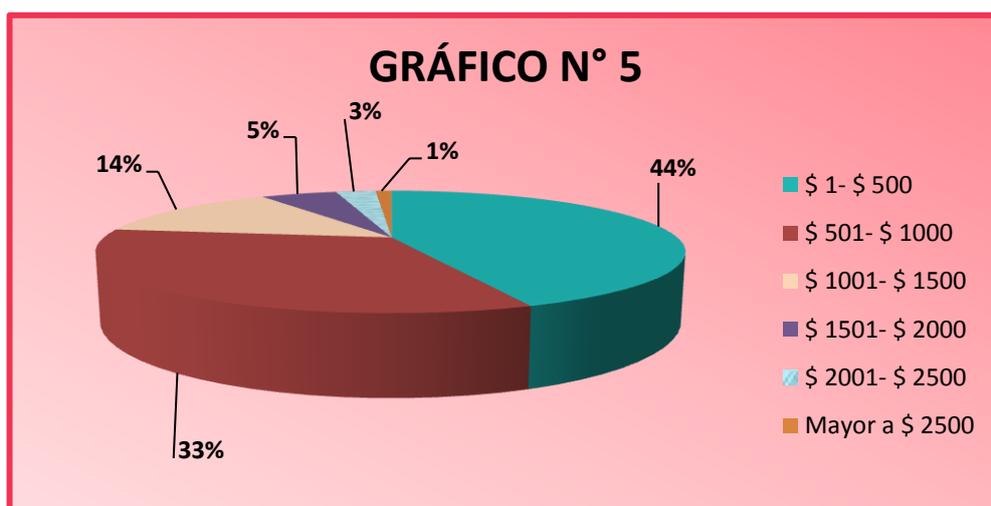
5. De los siguientes rangos, ¿Cuál es el que más se aproxima a su nivel de ingresos mensuales?

CUADRO N° 5

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FM	FX
\$ 1- \$ 500	160	44%	250,50	40080,00
\$ 501- \$ 1000	122	33%	750,50	91561,00
\$ 1001- \$ 1500	50	14%	1250,50	62525,00
\$1501- \$ 2000	19	5%	1750,50	33259,50
\$ 2001- \$ 2500	10	3%	2250,50	22505,00
Mayor a \$ 2500	4	1%	2500,00	10000,00
TOTAL	365	100%	8752,50	259930,5/365=712,14

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

Para establecer cuál es el nivel de ingresos mensuales de cada una de las personas económicamente activas del Cantón Yantzaza, se realizó ésta pregunta en la cual se logró determinar que gran parte de éstas personas tienen un ingreso mensual entre \$ 1- \$ 500 ya que se ve reflejado en un 44%; con un 33% se encuentran las personas cuyos ingresos están entre \$ 501- \$ 1.000; con un ingreso mensual entre \$ 1.001-\$ 1.500 está el 14%; con un 5% se encuentran las personas cuyos ingresos están entre \$ 1.501-

\$ 2.000; con un ingreso mensual entre \$ 2.001- \$ 2.500 está el 3% y tan solo el 1% restante tienen Ingresos mensuales mayores a \$ 2.500.

Según datos obtenidos de la media ponderada se determinó que el promedio de ingresos mensuales de cada habitante del Cantón Yantzaza es de \$ 712,14.

6. De cada una de las opciones, ¿Cuál es la que más se aproxima a su nivel de gastos mensuales?

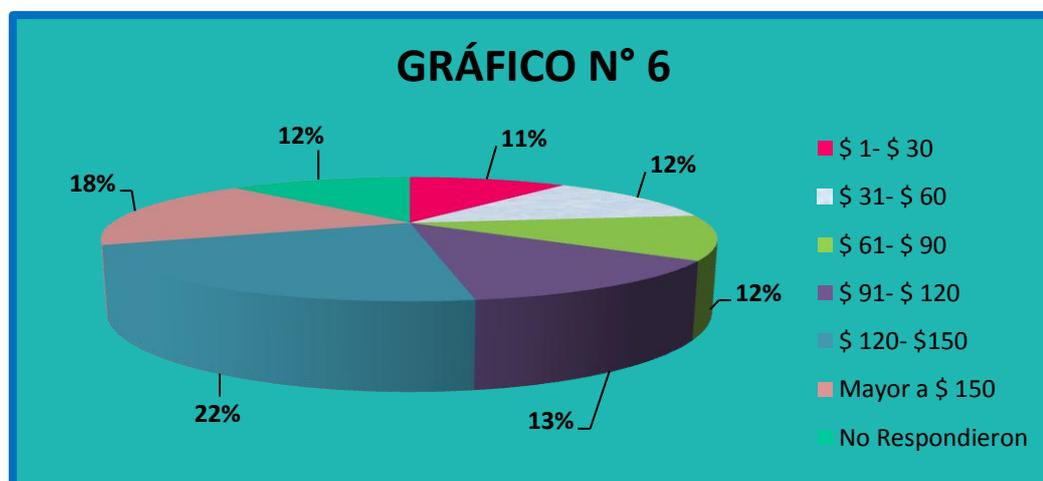
EDUCACIÓN

CUADRO N° 6

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FM	FX
\$ 1- \$30	39	11%	15,50	604,50
\$ 31- \$ 60	45	12%	45,50	2047,50
\$ 61- \$ 90	42	12%	75,50	3171,00
\$ 91- \$ 120	47	13%	105,50	4958,50
\$ 120- \$ 150	80	22%	135,00	10800,00
Mayor a \$ 150	67	18%	150,00	10050,00
No Respondieron	45	12%	0,00	0,00
TOTAL	365	100%	527,00	31631,50/365=86,66

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

Con la finalidad de conocer cuál es el flujo que más se aproxima al que las personas económicamente activas del Cantón Yantzaza destinan mensualmente para la Educación, se realizó la presente pregunta mediante la cual se determinó que el 22% destinan entre \$120-\$ 150; el 18% destinan para la educación más de \$ 150 al mes; el 13% destinan entre \$ 91- \$ 120; el 12% destinan entre \$ 31- \$ 60; el 12% entre \$ 61- \$ 90; así mismo el 12% no respondieron por ninguna opción y finalmente el 11% destinan entre \$ 1- \$ 30.

Según datos obtenidos de la media ponderada se determinó que el promedio de gastos mensuales en cuanto a Educación de cada habitante del Cantón Yantzaza es de \$ 86,66.

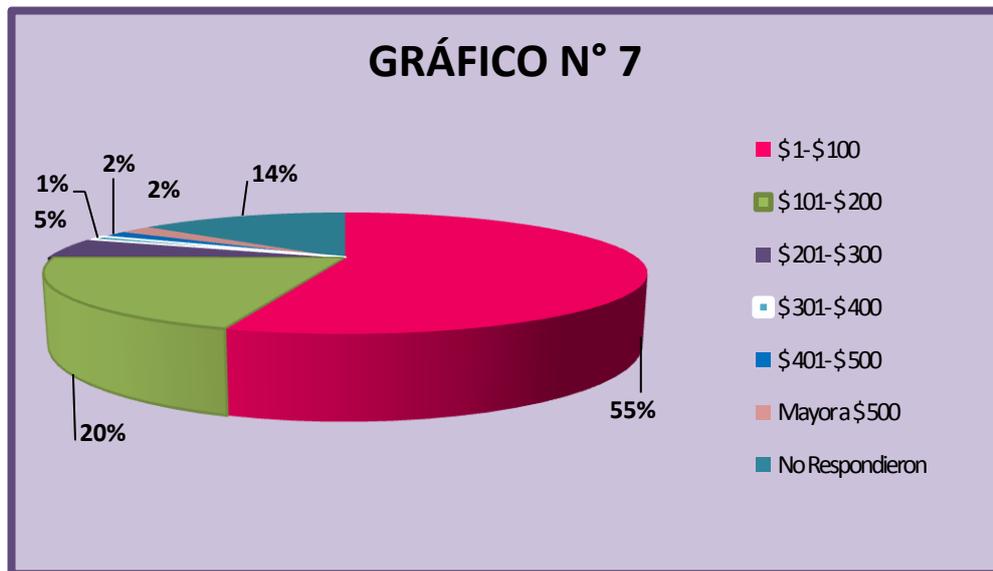
VIVIENDA

CUADRO N° 7

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FM	FX
\$ 1- \$ 100	201	55%	50,50	10150,50
\$ 101- \$ 200	73	20%	150,50	10986,50
\$ 201- \$ 300	20	5%	250,50	5010,00
\$ 301- \$ 400	4	1%	350,50	1402,00
\$ 401- \$ 500	7	2%	450,50	3153,50
Mayor a \$ 500	8	2%	500,00	4000,00
No Respondieron	52	14%	0,00	0,00
TOTAL	365	100%	1752,50	34702,5/365= 95,08

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras

Con la finalidad de conocer cuál es el flujo que más se aproxima al que las personas económicamente activas del Cantón Yantzaza destinan mensualmente para la Vivienda, se realizó la presente pregunta mediante la cual se determinó que el 50% destinan entre \$ 1- \$ 100; el 20% destinan entre \$ 101- \$ 200; el 14% no respondió por ninguna opción, el 5% entre \$ 201- \$300; el 2% destinan para la vivienda más de \$ 500 al mes; el 2% destinan entre \$401- \$ 500 y tan sólo el 1% destinan entre \$ 301- \$ 400.

Según datos obtenidos de la media ponderada se determinó que el promedio de gastos mensuales en cuanto a la vivienda de cada habitante del Cantón Yantzaza es de \$ 95,08.

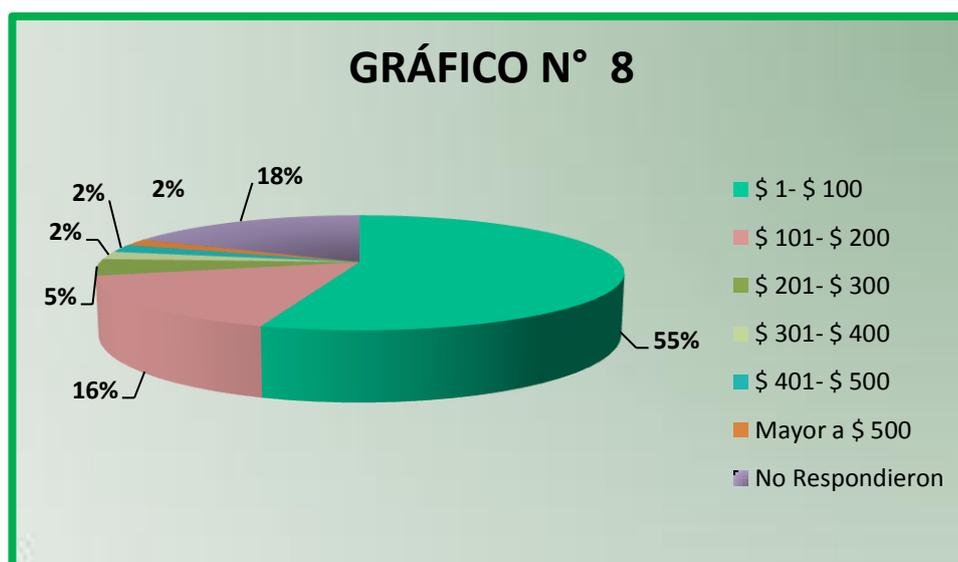
SALUD

CUADRO N° 8

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FM	FX
\$ 1- \$ 100	201	55%	50,50	10150,50
\$ 101- \$ 200	59	16%	150,50	8879,50
\$ 201- \$ 300	17	5%	250,50	4258,50
\$ 301- \$ 400	8	2%	350,50	2804,00
\$ 401- \$ 500	8	2%	450,50	3604,00
Mayor a \$ 500	7	2%	500,00	3500,00
No Respondieron	65	18%	0,00	0,00
TOTAL	365	100%	1752,50	33196,5/365=90,95

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

Con la finalidad de conocer cuál es el flujo que más se aproxima al que las personas económicamente activas del Cantón Yantzaza destinan mensualmente para la Salud, se realizó la presente pregunta mediante la cual se determinó que el 55% destinan entre \$ 1- \$ 100; el 18% no respondió por ninguna opción; el 16% destinan entre \$ 101- \$ 200; el 5% entre \$ 201- \$

300; el 2% destinan entre \$ 301- \$ 400; el 2 % destinan entre \$ 401- \$ 500 y el 2% restante destinan para la salud más de \$ 500 al mes.

Según datos obtenidos de la media ponderada se determinó que el promedio de gastos mensuales en cuanto a la salud de cada habitante del Cantón Yantzaza es de \$ 90,95.

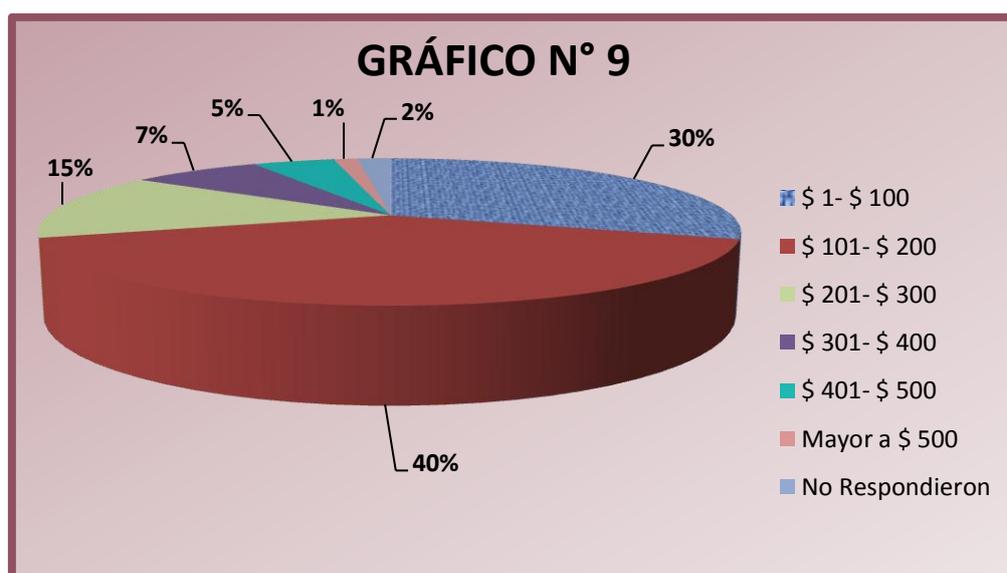
ALIMENTACIÓN

CUADRO N° 9

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FM	FX
\$ 1- \$ 100	110	30%	50,50	5555,00
\$ 101- \$ 200	146	40%	150,50	21973,00
\$ 201- \$ 300	53	15%	250,50	13276,50
\$ 301- \$ 400	27	7%	350,50	9463,50
\$ 401- \$ 500	17	5%	450,50	7658,500
Mayor a \$ 500	5	1%	500,00	2500,00
No Respondieron	7	2%	0,00	0,00
TOTAL	365	100%	1752,50	60426,5/365=165,55

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

Con el objetivo de conocer cuál es el flujo que más se aproxima al que las personas económicamente activas del Cantón Yantzaza destinan mensualmente para la Alimentación, se realizó la presente pregunta mediante la cual se determinó que el 40% destinan entre \$ 101- \$ 200; el 30% destinan entre \$ 1- \$ 100; el 15% entre \$ 201- \$ 300; el 7% destinan entre \$ 301- \$ 400; el 5% destinan entre \$ 401- \$ 500; el 2% no respondieron por ninguna opción y tan sólo el 1% destinan para la alimentación más de \$ 500 al mes.

Según datos obtenidos de la media ponderada se determinó que el promedio de gastos mensuales en cuanto a la alimentación de cada habitante del Cantón Yantzaza es de \$ 165,55.

Una vez determinado el nivel de ingresos mensuales (\$ 712,14) de cada una de las personas encuestadas y el flujo que destinan para gastos (\$ 438,24); se puede evidenciar que la capacidad de ahorro es de \$ 273,90; para lo cual pueden acceder a un Servicio Exequial.

MERCADO ACTUAL:

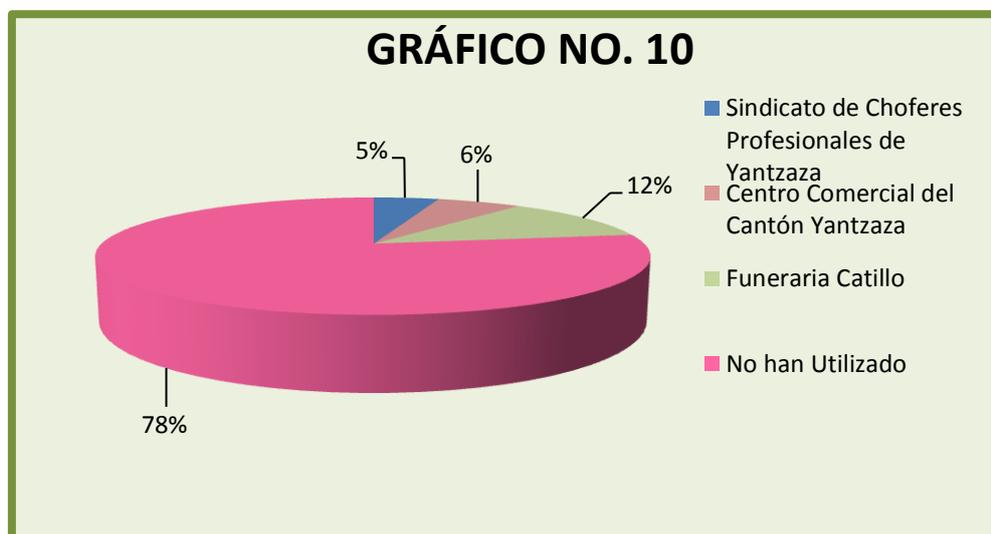
- 7. ¿De los siguientes lugares que prestan Servicios Exequiales en el Cantón Yantzaza a cual acudió Usted?**

CUADRO N° 10

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sindicato de Choferes Profesionales de Yantzaza	16	4%
Centro Comercial del Cantón Yantzaza	22	6%
Funeraria Catillo	43	12%
No han Utilizado	284	78%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

De la encuesta aplicada a la población económicamente activa del Cantón Yantzaza, se nota claramente que de los 365 encuestados, el 78% no han acudido a ningún lugar que brinde Servicios Exequiales; mientras que el 22% restante manifestaron que si han acudido a un lugar que brinde tales servicios a la población; entre ellos manifestaron conocer las capillas ardientes que prestan el Sindicato de Choferes Profesionales, el Centro Comercial y el propietario de un local comercial de cajas Funeraria Castillo los mismos que tienen un costo de \$100 - \$ 150 durante las 24H00. Cabe

recalcar que ninguna de ellas ofrece un Servicio Exequial completo: como es servicio de traslado de fallecidos, sala de velaciones, etc.

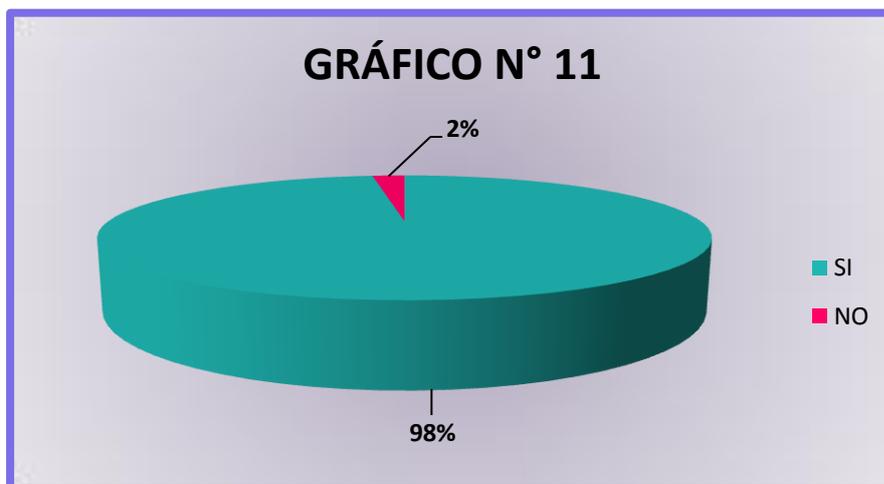
MERCADO FUTURO:

8. ¿Ha utilizado alguna vez un Servicio Funerario?

CUADRO N° 11

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	357	98%
NO	8	2%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras

Con el objetivo de conocer si las personas económicamente activas que habitan en la ciudad de Yantzaza han utilizado alguna vez un servicio funerario, se pudo determinar que el 98% de éstas personas si han accedido a un Servicio Exequial mismo que les ha permitido solucionar los problemas

que enfrentan las familias al momento de perder a un ser querido, mientras que el 2% manifiesta que no han accedido a un servicio de este tipo.

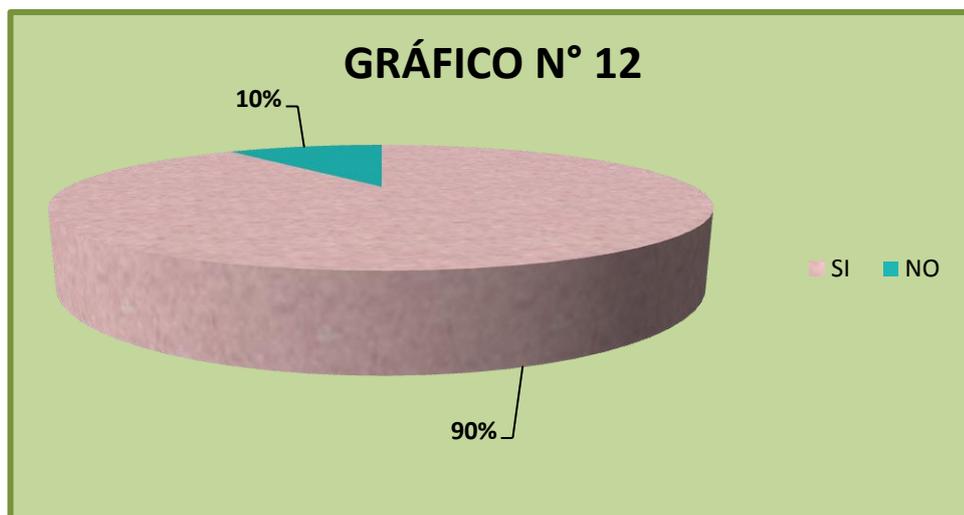
9. ¿Estaría usted de acuerdo en adquirir los Servicios Exequiales que prestará la funeraria?

CUADRO N° 12

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	327	90%
NO	38	10%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

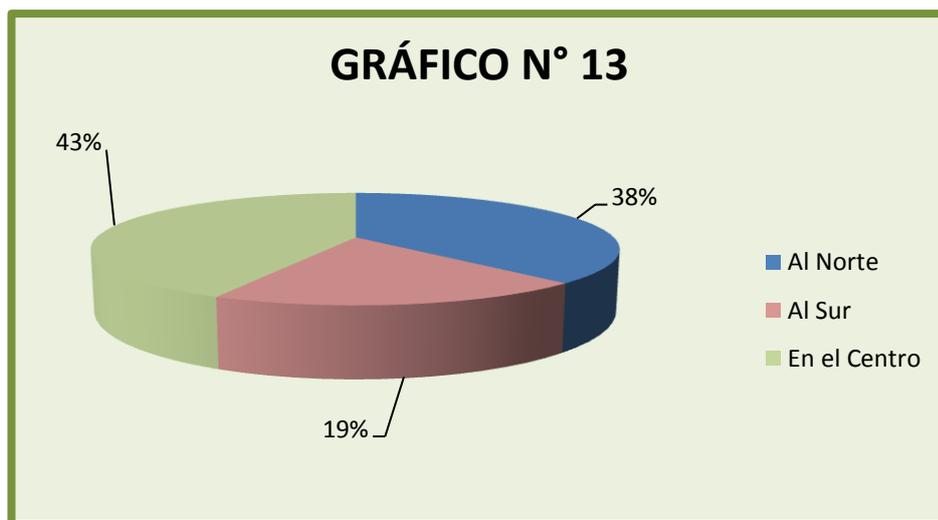
Con referencia a los encuestados que fue un total de 365, notamos claramente en el Cuadro N°12 y en el Gráfico N°12, que el 90% de las personas están de acuerdo en adquirir los Servicios Exequiales que prestará la funeraria; siendo apenas el 10% en desacuerdo con dicha adquisición, dando por terminada su participación en el desarrollo de la encuesta

10. ¿Dónde piensa usted que sería el lugar más adecuado para ubicar la Funeraria?

CUADRO N° 13

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al Norte	124	38%
Al Sur	63	19%
En el Centro	140	43%
TOTAL	327	100%

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras

El Cuadro N°13 y el Gráfico N°13 muestra que de los 327 encuestados que continuaron con el desarrollo de la misma se aprecia que el 43% está de acuerdo en que la localización de la funeraria sea en el centro de la ciudad, un 38% manifiesta que su preferencia de localización de dicha funeraria se encuentre en el norte de la ciudad y el 19% nos dijeron que sería preferible en el sur de la ciudad.

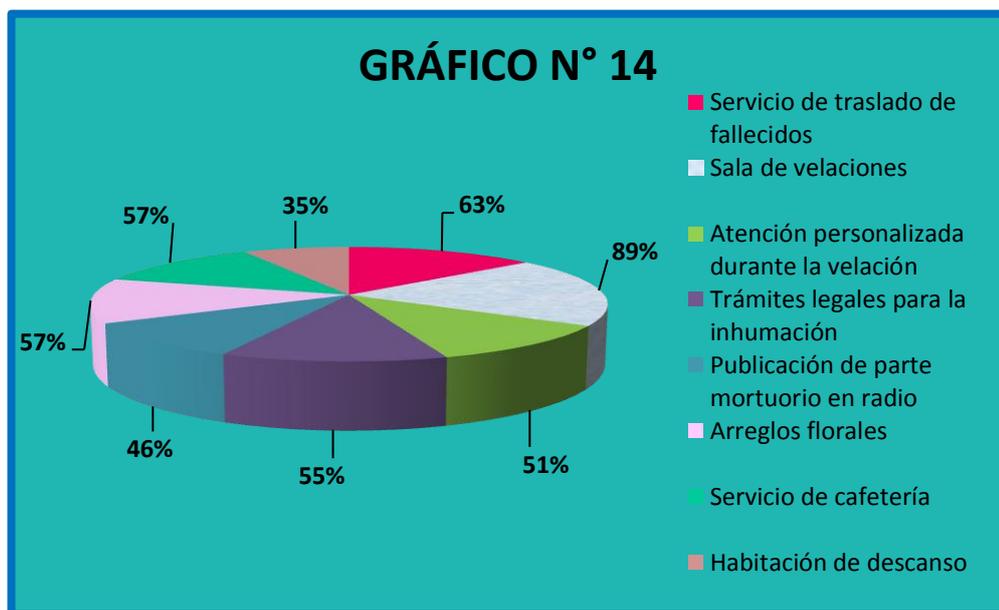
11. De los tipos de servicio funerarios que detallamos a continuación, ¿Cuál estaría dispuesto a adquirir?

CUADRO N°14

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL
Servicio de traslado de fallecidos	206	63%	327
Sala de velaciones	291	89%	327
Atención personalizada durante la velación	166	51%	327
Trámites legales para la inhumación	180	55%	327
Publicación de parte mortuario en radio	152	46%	327
Arreglos florales	186	57%	327
Servicio de cafetería	186	57%	327
Habitación de descanso	115	35%	327

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

De la encuesta aplicada en el Cantón Yantzaza, las 327 personas que continuaron con el desarrollo de la misma, el 89% creen necesario que el principal servicio que se debería ofrecer en la funeraria es la Sala de Velaciones; el 63% cree que se debería ofrecer el Servicio de traslado de

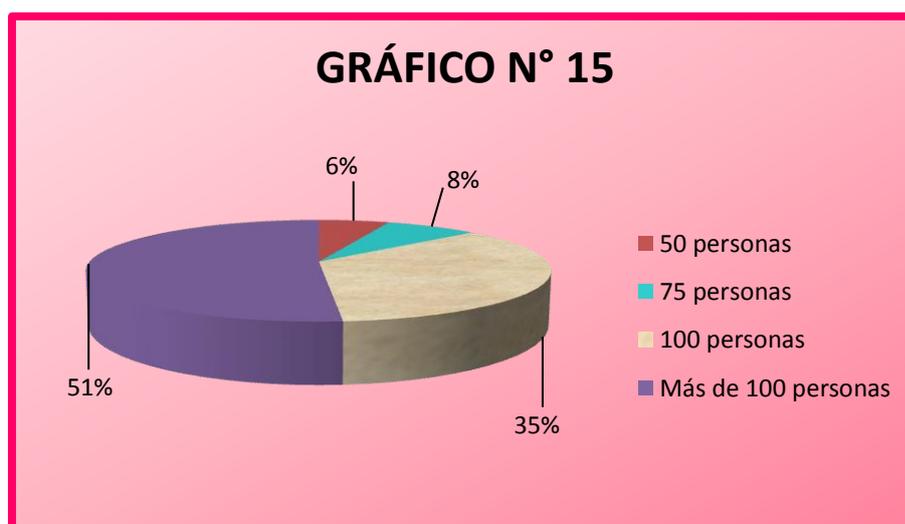
fallecidos; mientras que el 57% manifiestan que otro servicio sería el de Arreglos florales y Servicio de Cafetería; por otro lado el 55% de personas mencionaron que se debería ofrecer Trámites legales para la inhumación; el 51% creen que debería haber Atención personalizada durante la velación; el 46% desean Publicación de parte mortuario en radio y finalmente el 35% prefieren Habitación de descanso.

12. La sala de velación debería tener una capacidad para:

CUADRO N° 15

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
50 personas	19	6%
75 personas	25	8%
100 personas	115	35%
Más de 100 personas	168	51%
TOTAL	327	100%

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras

La finalidad de ésta pregunta la cual es conocer la capacidad de personas que tendrá la funeraria se pudo llegar a la conclusión de que el 51 % de los encuestados prefieren que la sala para velación tenga una capacidad para más de 100 personas, continuando con el 35% que opinan que la sala de velación tenga una capacidad para 100 personas, seguido de un 8% que dicen que la capacidad sea de 75 personas y finalmente el 6% prefieren que tenga una capacidad para 50 personas.

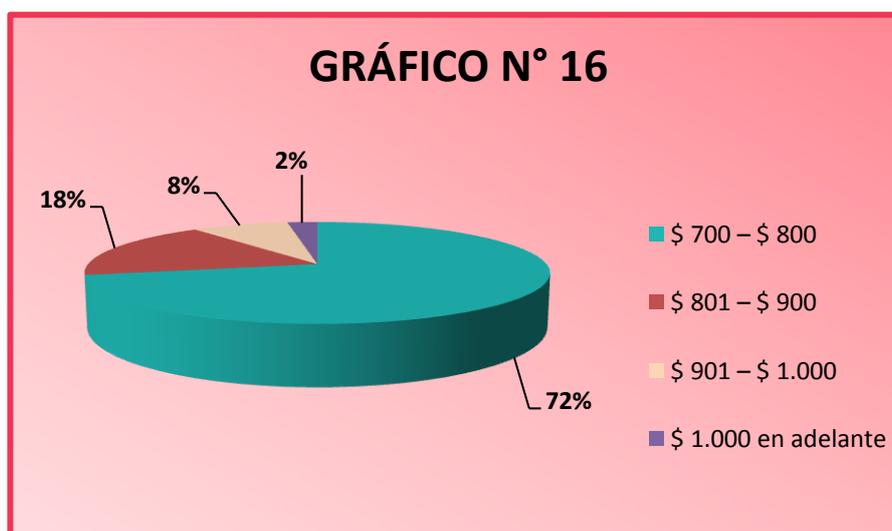
13. ¿Cuánto pagaría por un servicio funerario?

CUADRO N° 16

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FM	FX
\$ 700 – \$ 800 (Paquete Básico)	234	72%	750,00	175500,00
\$ 801 – \$ 900 (Paquete Especial)	59	18%	850,50	50179,50
\$ 901 – \$ 1.000 (Paquete Premium)	26	8%	950,50	24713,00
\$ 1.000 en adelante	8	2%	1000,00	8000,00
TOTAL	327	100%	3551,00	258392,5/327=790,19

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

Como se puede observar en el Cuadro N° 16 y en Gráfico N° 16, ésta pregunta indica el monto a cancelar por los servicios anteriormente expuestos, donde el 72% de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$700-\$ 800; el 18% entre \$ 801- \$900; el 8% están dispuestos a pagar por el servicio funerario entre \$ 901- \$ 1.000 y el 2% están dispuestos a pagar de \$ 1.000 en adelante.

Según datos obtenidos de la media ponderada se determinó que los habitantes del Cantón Yantzaza están dispuestos a pagar por el Servicio Exequial un promedio de \$ 790,19; pero cabe recalcar que este precio varía de acuerdo al paquete.

14. ¿Estaría dispuesto a comprar un servicio funerario por anticipado?

CUADRO N° 17

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	141	43%
NO	186	57%
TOTAL	327	100%

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

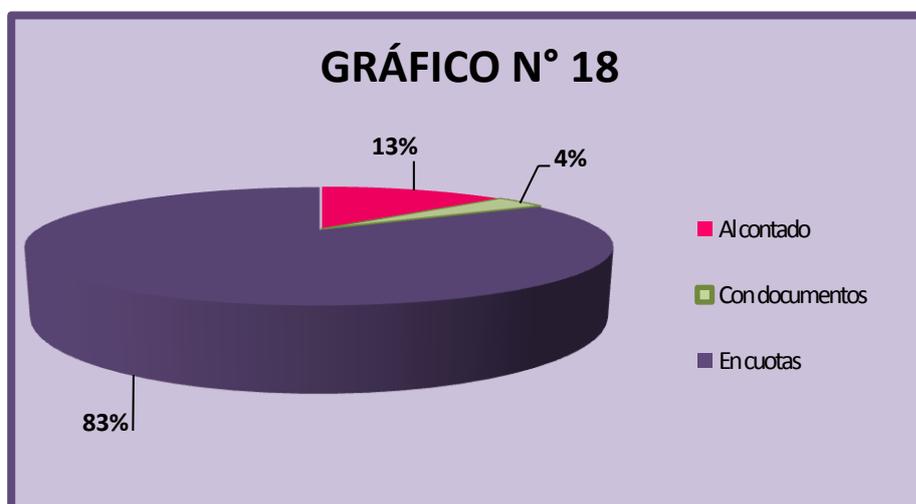
Del total de las 327 personas que continuaron con el desarrollo de la encuesta, el 57% de las mismas no están de acuerdo en adquirir un servicio funerario por anticipado, mientras que el 43% restante si están de acuerdo en la compra de un servicio funerario por anticipado.

15. ¿Cómo pagaría este servicio funerario anticipado?

CUADRO N° 18

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al contado	19	13%
Con documentos	5	4%
En cuotas	117	83%
TOTAL	141	100%

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras

De las 141 personas que si están de acuerdo con la adquisición de un servicio funerario por anticipado; el 83% de los encuestados pagarían este

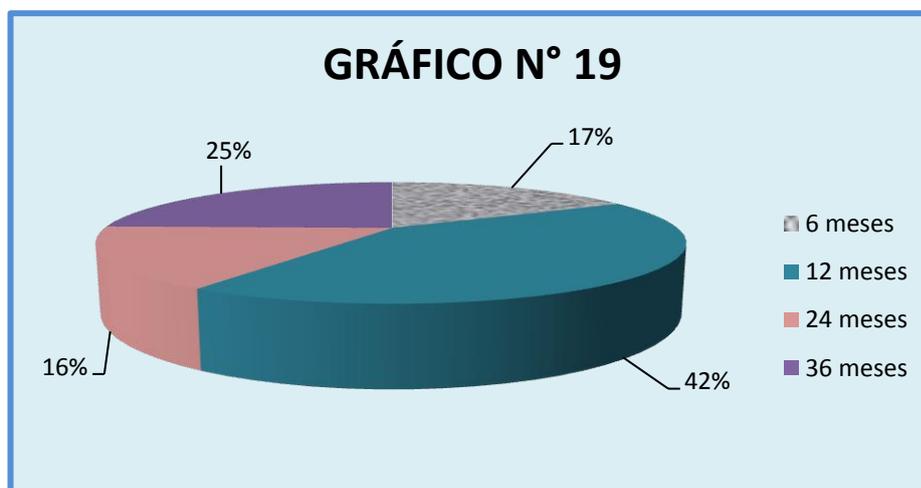
servicio funerario en cuotas; el 13% lo haría al contado y tan sólo el 4% lo pagaría mediante documentos.

16. ¿A qué plazo le convendría pagar el servicio funerario anticipado?

CUADRO N° 19

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6 meses	21	17%
12 meses	51	42%
24 meses	20	16%
36 meses	30	25%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras

El Cuadro N°19 y el Gráfico N°19 muestra que de las 141 personas que si están de acuerdo con la adquisición de un servicio funerario por anticipado solamente 122 eligieron pagar este servicio en cuotas o mediante documentos, por lo cual el 42% lo haría en un plazo de 12 meses; el 25% lo

pagaría a 36 meses plazo; el 17% lo pagaría a 6 meses y finalmente el 16% lo haría a 24 meses plazo.

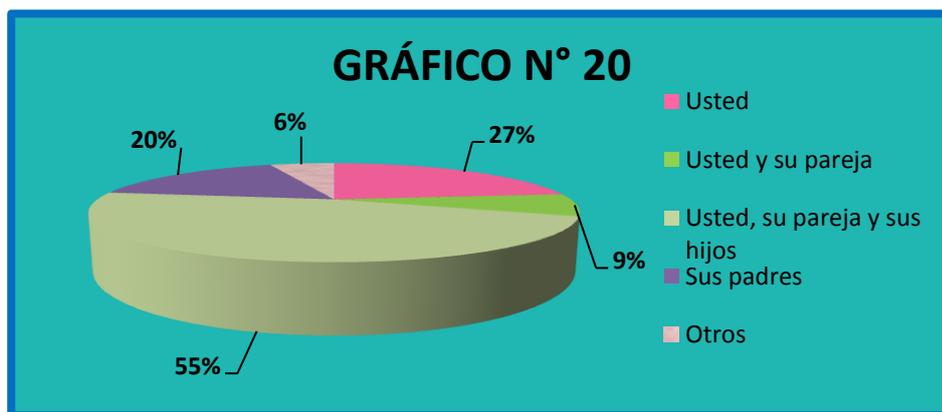
17. Si contrata un servicio funerario anticipado, lo contrataría para:

CUADRO N° 20

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL
Usted	38	27%	141
Usted y su pareja	12	9%	141
Usted, su pareja y sus hijos	77	55%	141
Sus padres	28	20%	141
Otros	9	6%	141

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

De la encuesta aplicada en el Cantón Yantzaza, de las 141 personas que si están de acuerdo con la adquisición de un servicio funerario por anticipado; es decir ya sea al contado, con documentos o mediante cuotas, el 55% de las mismas lo comprarían para él/ella, su pareja y sus hijos; el 27% lo adquirirían para él/ella; el 20% para sus padres; el 9% lo comprarían para él/ella y su pareja y finalmente el 6% lo adquirirían para otros familiares.

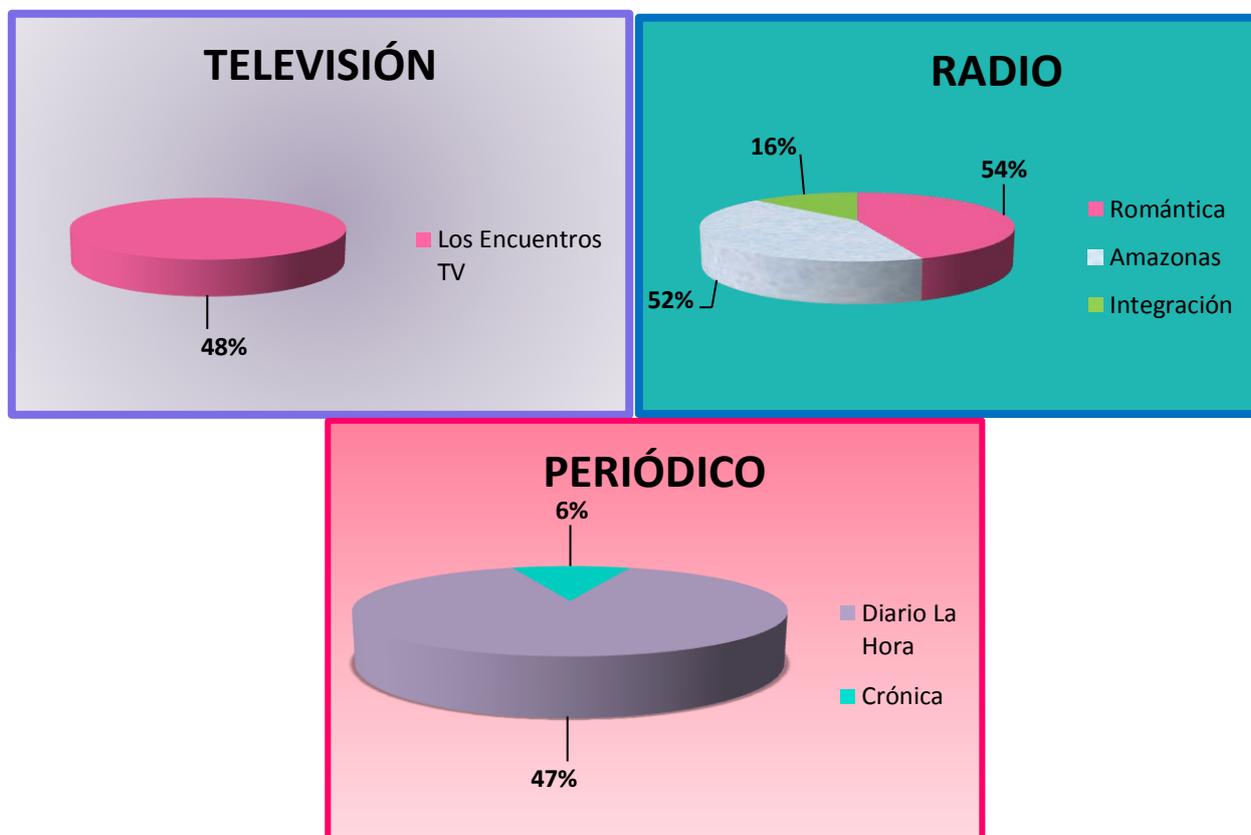
18. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría que se dé a conocer la nueva Funeraria?

CUADRO N° 21

	DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TOTAL
1	TELEVISIÓN			
	Los Encuentros TV	156	48%	327
2	RADIO			
	Romántica	176	54%	327
	Amazonas	169	52%	327
	Integración	52	16%	327
3	PERIÓDICO			
	Diario LA HORA	155	47%	327
	Crónica	19	6%	327

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N° 21



Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza
Elaborado por: Las Autoras

De acuerdo al Cuadro N° 21 y el Gráfico N° 21 las 327 personas que están de acuerdo en adquirir los Servicios Exequiales que prestará la funeraria manifestaron que el medio de comunicación de mayor acogida mediante el cual se dé a conocer la apertura de la funeraria es la Radio; dando preferencia a la Radio Romántica con un 54%, luego la Radio Amazonas con un 52% y la Radio Integración con un 16%; por otro lado otro de los medios de comunicación de mayor acogida es la Televisión Local (Los Encuentros TV) ya que se ve reflejada en un 43%; y finalmente creen conveniente que la publicidad también se debe hacer por medio de la prensa escrita resaltando el Diario La Hora con un 47% y tan sólo con un 6% Diario La Crónica.

ESTUDIO DE MERCADO

7.1 ESTUDIO DE MERCADO

El mismo proporciona información relevante para el estudio sobre la situación real del mercado, en cuanto a necesidades y requerimientos del consumidor (población del Cantón Yantzaza), demanda y oferta actual y proyectada, estrategias de mercado, costos, canales de distribución utilizados, etc., con el fin de determinar la viabilidad comercial del proyecto.

7.1.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La creación de una Funeraria en el Cantón Yantzaza, será un proyecto que permitirá acoger los cuerpos de los seres queridos fallecidos de nuestros clientes potenciales y brindar Servicios Exequiales proporcionando a la población apoyo para afrontar la pérdida de un ser querido, a través de la excelencia en el servicio, reflejada en la calidad y sentido humano.

El servicio que proporcionará la Funeraria es el de coordinar la prestación de un Servicio Exequial completo, transporte y preparación del cuerpo, disposición de cofre previamente elegido, velación del cuerpo durante las horas requeridas, trámites legales y asistencia personalizada.

◆ SERVICIO DE TRASLADO DE FALLECIDOS



El cadáver es recibido por los empleados de la funeraria y es trasladado desde el lugar del fallecimiento (hospital o sitio de residencia) hasta el lugar donde se hará la preparación del mismo. Para el traslado del cadáver es necesaria una VAN, a la que se le coloca un planchón con rodillos para permitir la entrada del cuerpo y su transporte.

Para el desplazamiento del cuerpo se utilizan camillas. Por lo general el cuerpo va envuelto en sábanas, plásticos o con el cobertor de la camilla.

Una vez preparado el cuerpo, este es depositado en un cofre y se realiza su traslado en las carrozas (vehículos) fúnebres, a los lugares donde se realiza la velación, la ceremonia religiosa y su destino final.

◆ SUMINISTRO DE COFRES

Paraiso



Haurora II



Elipse



Consiste en ofrecer al cliente un cofre de madera, que cumpla con su gusto y las características del fallecido (peso, estatura, edad).

La empresa funeraria ofrece a los usuarios gran variedad de estilos de cajas tanto para inhumación, que pueden ser elegidos según el tipo de plan en previsión adquirido y la capacidad económica que le permita pagar un excedente o la totalidad del valor del ataúd.

◆ SALA DE VELACIONES



Sala de velación durante las 24 horas. Lugar, capilla ardiente (Cristo, cruz con base soportes para cofre, floreros, velas o esferas, porta bombillos).

◆ **ATENCIÓN PERSONALIZADA DURANTE LA VELACIÓN**

Personal preparado y calificado para la atención en la sala de velación. Realizarán labores de limpieza, atención de acompañantes y recepción de ligas y ofrendas florales.

◆ **TRÁMITES LEGALES PARA LA INHUMACIÓN**

Realización y obtención en el Registro Civil (Tenencia Política de ser el caso) el certificado de Inhumación y sepultura, indispensable para la inhumación de la persona fallecida. Este documento lo efectuamos para disminuir el grado de dolor, por el que atraviesa la familia y de ésta manera garantizar que no exista ningún contratiempo en el Campo santo.

◆ **PUBLICACIÓN DE PARTE MORTUORIO EN RADIO**

Publicación del parte mortuario en los siguientes medios de comunicación:

Radio Romántica

Radio Amazonas

Radio Integración

◆ ARREGLOS FLORALES



Arreglos florales laterales en la sala de velación o en la capilla ardiente instalada en el domicilio.

◆ SERVICIO DE CAFETERÍA

Para la atención a los acompañantes, la funeraria provee del personal para atención de la cafetería. La funeraria brindará la opción de café y variedad de aguas aromáticas, acompañadas de sánduches y caramelos. Se considera la opción de que los familiares pueden traer bocaditos para que el personal lo distribuya, sin costo adicional.

◆ HABITACIÓN DE DESCANSO

En las salas de velación cuentan con suites de descanso, donde los familiares pueden hacer uso para descansar durante la noche o el día no teniendo que abandonar su ser querido fallecido.

7.1.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El Mercado al que está dirigido el proyecto corresponde a la Población Económicamente Activa del Cantón Yantzaza.

VARIABLES GEOGRÁFICAS

CUADRO N° 22

PAÍS	ECUADOR
Región	Sur
Provincia	Zamora Chinchipe
Cantón	Yantzaza
Parroquias	Yantzaza, Chicaña y los Encuentros
Tipo de población	Urbano y Rural
Tipo de clima	Húmedo- Tropical
Idioma	Español

Fuente: www.zamora-chinchipe.gov.ec

Elaborado por: Las Autoras

VARIABLES DEMOGRÁFICAS

CUADRO N° 23

TIPO DE POBLACIÓN	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA
Edad	Adultos de 20 - 65 años
Sexo	Masculino y Femenino
Estado Civil	Soltero, Casado, Viudo, Divorciado, Unión Libre

Fuente: Encuesta a la Población Económicamente Activa de Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

7.1.3 INVESTIGACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

DISEÑO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

Se determinará a través de la Población Económicamente Activa del Cantón Yantzaza (7.263), de la cual se obtendrá la respectiva muestra que es de 365 encuestas, las mismas que permitirán conocer la población objetiva del proyecto. La fórmula que se utilizó fue la siguiente.

FÓRMULA:

$$n = \frac{NZ2PQ}{N - 1 E^2 + Z^2PQ}$$

En donde:

N = Número de elementos del universo.

P = Probabilidad de que el evento ocurra.

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra.

Z = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido **1,96**

E = Margen de error permitido. **0,05%**

DESARROLLO:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{N - 1 E^2 + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{7263 \cdot 1.96^2 (0.5)(0.5)}{7263 - 1 \cdot 0.05^2 + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{7263 (3.8516)(0.25)}{7262 \cdot 0.0025 + (3.8516)(0.25)}$$

$$n = \frac{6975,3852}{18,155 + 0,9604}$$

$$n = \frac{6975,3852}{19,1154}$$

n = 365 Encuestas a aplicar

ELABORACIÓN Y VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

El objetivo de la aplicación de la encuesta fue conocer la demanda y la oferta actual y futura de los servicios que pretende ofrecer la empresa.

La encuesta se conformó de un total de 18 preguntas de diferentes tipos: catorce de respuesta cerrada, tres de opción múltiple y una de respuesta abierta.

Las preguntas que se formularon en la encuesta fueron preguntas concretas para determinar el nivel de ingresos y el flujo de gastos mensual de las personas; comprobar si las personas encuestadas conocían de algún lugar

donde se brinden Servicios Exequiales, si estaban de acuerdo con la implementación de una Funeraria, que servicios les interesaría adquirir, que precio estarían dispuestos a pagar por el servicio.

7.1.4 LA DEMANDA

Con la información obtenida se verificó que la demanda en el Cantón Yantzaza es alta, ya que no existe una empresa que preste Servicios Exequiales, debido a que no hay una cultura emprendedora que conlleve a la creación de una funeraria; por lo tanto los familiares realizan las velaciones en sus propias viviendas. Por lo manifestado anteriormente se debe tomar en cuenta la definición de la demanda potencial y la demanda real.

◆ DEMANDA POTENCIAL

Determinados los aspectos anteriores es posible establecer la demanda potencial del proyecto con datos obtenidos por el INEC (Población Económicamente Activa). Se aplicó la siguiente fórmula:

$$M = C * (1 + i)^n$$

CUADRO N° 24

DEMANDA POTENCIAL

N°	AÑO	DEMANDA POTENCIAL PEA
0	2011	7263
1	2012	7485
2	2013	7714
3	2014	7950
4	2015	8194
5	2016	8444
6	2017	8703
7	2018	8969
8	2019	9244
9	2020	9526
10	2021	9818

Fuente: INEC, PEA, Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Las Autoras

- ❖ Tasa de Crecimiento de la Población del Cantón Yantzaza (3.06% anual), Censo de Población y Vivienda 2010.

◆ DEMANDA REAL

Para determinar la Demanda Real del proyecto se consideró a la Población Económicamente Activa del Cantón Yantzaza que si han utilizado alguna vez un servicio funerario(Pregunta N° 8).

CUADRO N° 25

DEMANDA REAL

N°	AÑO	D. POTENCIAL (100%)	D. REAL (98%)
0	2011	7263	7118
1	2012	7485	7336
2	2013	7714	7560
3	2014	7950	7791
4	2015	8194	8030
5	2016	8444	8275
6	2017	8703	8529
7	2018	8969	8790
8	2019	9244	9059
9	2020	9526	9336
10	2021	9818	9622

Fuente: Cuadro N° 24

Elaborado por: Las Autoras

◆ DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la Demanda Efectiva del proyecto se tomó en cuenta a la Población Económicamente Activa que estaría de acuerdo en adquirir los Servicios Exequiales que prestará la funeraria (Pregunta N° 9).

CUADRO N° 26

DEMANDA EFECTIVA

N°	AÑO	D. REAL (100%)	D. EFECTIVA (90%)
0	2011	7118	6406
1	2012	7336	6602
2	2013	7560	6804
3	2014	7791	7012
4	2015	8030	7227
5	2016	8275	7448
6	2017	8529	7676
7	2018	8790	7911
8	2019	9059	8153
9	2020	9336	8402
10	2021	9622	8660

Fuente: Cuadro N° 25

Elaborado por: Las Autoras

7.1.5 OFERTA

ANÁLISIS DE LA OFERTA.

De acuerdo a la encuesta realizada a la Población Económicamente Activa del Cantón Yantzaza se obtuvo información de que actualmente no existe una empresa que ofrezca Servicios Exequiales a la población y que lo que se está haciendo por el momento es velar en cada uno de sus hogares.

Con los antecedentes antes expuestos realizamos el cuadro N° 27 donde se establece la oferta actual y proyectada a 10 años, determinada por la Población Económicamente Activa que han acudido a los lugares que prestan Servicios Exequiales en el Cantón Yantzaza (pregunta N° 7).

CUADRO N° 27

OFERTA

N°	AÑO	PEA	OFERTA (22%)
0	2011	7263	1598
1	2012	7485	1647
2	2013	7714	1697
3	2014	7950	1749
4	2015	8194	1803
5	2016	8444	1858
6	2017	8703	1915
7	2018	8969	1973
8	2019	9244	2034
9	2020	9526	2096
10	2021	9818	2160

Fuente: Cuadro N° 24

Elaborado por: Las Autoras

COMPETENCIA

Las Asociaciones y local comercial que prestan el servicio de capilla ardiente a sus socios son las siguientes:

- ◆ Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón Yantzaza
- ◆ Funeraria Castillo
- ◆ Centro Comercial

Cabe recalcar que ninguna de estas ofrece el Servicio Exequial completo a la población ofreciéndose únicamente el servicio de capilla ardiente.

OFERTA VS DEMANDA

◆ DEMANDA INSATISFECHA

Es indispensable realizar un análisis comparativo entre la demanda y la oferta, para de ésta manera poder determinar la demanda insatisfecha existente en el Cantón Yantzaza.

Mediante el cálculo de la demanda insatisfecha podemos determinar la posibilidad de que pueda o no ingresar a operar una empresa de Servicios Exequiales en el Cantón antes mencionado.

La empresa a implementarse pretende captar clientes para poder satisfacer sus necesidades, siempre y cuando la demanda sea mayor que la oferta, lo que se refleja en el cuadro N° 28.

CUADRO N° 28
DEMANDA INSATISFECHA

N°	AÑO	D. EFECTIVA	OFERTA	D. INSATISFECHA
0	2011	6406	1598	4808
1	2012	6602	1647	4955
2	2013	6804	1697	5107
3	2014	7012	1749	5263
4	2015	7227	1803	5424
5	2016	7448	1858	5590
6	2017	7676	1915	5761
7	2018	7911	1973	5938
8	2019	8153	2034	6119
9	2020	8402	2096	6306
10	2021	8660	2160	6500

Fuente: Cuadro N° 26, 27

Elaborado por: Las Autoras

Realizando el cálculo matemático se obtuvo la demanda insatisfecha la misma que está constituida por la cantidad de usuarios que el mercado no logra satisfacer y de ésta manera cubrir las necesidades existentes de las 4808 Personas Económicamente Activas del Cantón Yantzaza.

◆ **MERCADO META**

Debido a que se obtuvo una demanda insatisfecha demasiado elevada y que se contará únicamente con una sala de velación se planteó un Mercado Meta, el mismo que corresponde al 30% de la Demanda Insatisfecha, el cual se pretende cubrir.

CUADRO N°29

MERCADO META

N°	AÑO	D. INSATISFECHA	MERCADO META (30%) DE LA D. INSATISFECHA
0	2011	4808	1442
1	2012	4955	1487
2	2013	5107	1532
3	2014	5263	1579
4	2015	5424	1627
5	2016	5590	1677
6	2017	5761	1728
7	2018	5938	1781
8	2019	6119	1836
9	2020	6306	1892
10	2021	6500	1950

Fuente: Cuadro N° 28

Elaborado por: Las Autoras

7.1.6 PRECIO

ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

Los Servicios Exequiales a ofrecer varían según las necesidades, requerimientos y gustos de los habitantes. A través de la encuesta aplicada a los habitantes del Cantón Yantzaza se determinó los precios que estarían dispuestos a pagar por los Servicios Exequiales los mismos que varían de \$700 a \$ 800; de \$801 a \$ 900; de \$901 a \$1000. A continuación detallamos cada uno de los servicios:

Paquete Básico: Este consta de los siguientes beneficios:

- ◆ Servicio de traslado de fallecidos.
- ◆ Sala de velación por 24 horas.
- ◆ Cofre
- ◆ Atención personalizada durante la velación.
- ◆ Trámites legales para la inhumación.
- ◆ Publicación de parte mortuario en radio.
- ◆ Servicio de cafetería
- ◆ Arreglo floral para cubrir el cofre y dos arreglos florales laterales.
- ◆ Habitación de descanso.

Paquete Especial: Este consta de los siguientes beneficios:

- ◆ Servicio de traslado de fallecidos.
- ◆ Sala de velación por 36 horas.
- ◆ Cofre
- ◆ Atención personalizada durante la velación.

- ◆ Trámites legales para la inhumación.
- ◆ Publicación de parte mortuario.
- ◆ Servicio religioso.
- ◆ Servicio de cafetería
- ◆ Arreglo floral para cubrir el cofre y dos arreglos florales laterales
- ◆ Habitación de descanso.

Paquete Premium: Este consta de los siguientes beneficios:

- ◆ Servicio de traslado de fallecidos.
- ◆ Sala de velación por 48 horas.
- ◆ Cofre
- ◆ Atención personalizada durante la velación.
- ◆ Trámites legales para la inhumación.
- ◆ Publicación de parte mortuario.
- ◆ Servicio religioso con acompañamiento musical.
- ◆ Servicio de cafetería (personalizado por dos noches).
- ◆ Arreglo floral para cubrir el cofre; y dos arreglos florales laterales.
- ◆ Habitación de descanso.

En tal virtud se considera que los servicios en cuestión son accesibles para el potencial del cliente; por tal motivo el precio es adecuado para la puesta en marcha del proyecto y los requerimientos de la organización, y más aun existiendo planes de financiamiento que se realiza en este tipo de organizaciones que pueden ser financiados a 12 meses, ya que es el tiempo

que tuvo mayor preferencia en la encuesta realizada a la Población Económicamente Activa del Cantón Yantzaza.

7.1.7 COMERCIALIZACIÓN

La comercialización, es la actividad más importante en una organización, por ello en este proyecto se deberá contar con un departamento de ventas, el personal de este departamento deberá estar altamente capacitado y calificado, para así satisfacer las necesidades y exigencias del cliente.

El medio de comercialización que la empresa de Servicios Exequiales aplicará para facilitar la transferencia del servicio será a través del siguiente canal de distribución: Ventas Directas: Empresa – Usuario Final, lo que permitirá al cliente solicitar el servicio directamente al personal administrativo que estará a cargo de la distribución de los Servicios Exequiales.



Empresa: Creación de una Funeraria en el Cantón de Yantzaza.

Cliente: Familiares de los fallecidos en el Cantón Yantzaza.

Para la comercialización de los diferentes servicios que ofrecerá la funeraria a implementarse, se crearán estrategias de mercado y políticas de comercialización con diferentes alternativas:

- ◆ Una de las estrategias será la difusión de la Funeraria a través de medios de comunicación que tuvieron mayor preferencia según las encuesta aplicadas a las personas Económicamente Activas del Cantón Yantzaza tales como: Diario la Hora, medios radiales como Radio Romántica y trípticos los mismos que se repartirán en todo el Cantón, de ésta forma se obtendrá la atención del cliente.
- ◆ Exposición de los servicios que presta la Funeraria en ferias y lugares estratégicos dentro del Cantón.
- ◆ Se contratará el servicio de vallas publicitarias, al momento de la apertura de la Funeraria, los mismos que deberán ser colocados en los diferentes puntos estratégicos del Cantón, para atraer la atención de los clientes potenciales.

PLAN DE MARKETING

7.2. PLAN DE MARKETING

7.2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL CANTÓN YANTZAZA

La Provincia de Zamora Chinchipe, considerada como ciudad de aves y cascadas está constituida por nueve cantones entre ellos se encuentra el Cantón Yantzaza, mismo que posee una población total de 18.675 habitantes y que se encuentra ubicada en la ribera del Río Zamora, sobre el Valle de Yantzaza o también conocido como Valle de Las Luciérnagas, a 43 kilómetros de la Ciudad de Zamora; con la construcción de la troncal amazónica para Yantzaza se le abren las puertas al turismo nacional e internacional, sus características de ciudad moderna, la calidad de su gente, hacen que este pueblo sea muy acogedor; siendo así el principal centro económico, comercial de la provincia.

La Empresa de Servicios Exequiales “El Último Adiós” estará dedicada a la prestación de servicios funerales, brindando apoyo profesional para solucionar los problemas que enfrentan las personas que sufren la pérdida de un ser querido en esos duros momentos, demostrando en todo instante calidad humana y comprensión.

Dentro de los servicios que prestará la empresa están: Servicio de traslado de fallecidos, Sala de velación, Atención personalizada durante la velación, Trámites legales para la inhumación, Publicación de parte mortuario en radio, Arreglos florales, Servicio de cafetería, Habitación de descanso, entre otros. Los servicios que brinda la Funeraria a sus clientes deben guardar

relación con la misión, visión y con los objetivos que pretende cumplir, haciendo referencia a:

◆ **Misión**

Brindar a toda la población del Cantón Yantzaza un Servicio Exequial de calidad, que conste de un ambiente tranquilo, acogedor y muy cómodo para las familias que nos visitan dando una atención profesional siendo un servicio con precios cómodos, por medio del cual las personas puedan brindarle el último adiós a sus seres queridos. Además crear valor para los accionistas, empleados y contribuir con el progreso del Cantón.

◆ **Visión**

Convertirse en la principal empresa en la Provincia de Zamora Chinchipe y mantener el liderazgo en la prestación de Servicios Exequiales que satisfagan todas las necesidades de nuestros clientes, por medio de un servicio funerario confiable y seguro, cubriendo todas las normas de calidad, así como también ofreciendo los precios más cómodos para las familias y siempre respetando los sentimientos de nuestros clientes demostrando en todo momento calidad humana y comprensión.

◆ **Objetivo Empresariales**

- Superar las expectativas de Servicio y Calidad, para convertirnos en la empresa número 1 en el ramo de Servicios Exequiales en la Región.

- Ofrecer precios razonables por nuestros servicios que vayan de acuerdo al presupuesto y necesidad de cada núcleo familiar.
- Lograr satisfacción del cliente de por lo menos el 80%.
- Alcanzar el nivel de ventas previsto para cada año de funcionamiento.
- Recuperar el capital invertido luego de los 5 años de funcionamiento y empezar a crear valor en el mercado.

◆ Valores

Respeto absoluto al dolor de las familias y amigos que han perdido a un ser querido y a la dignidad humana.

Solidaridad para con las familias que buscarán nuestros servicios, ofreciéndoles eficiencia y seguridad a los deudos.

Responsabilidad que facilitará el cumplimiento efectivo y rápido de todos los compromisos.

Ética la responsabilidad de nuestra actividad nos obliga a mantenernos en constante capacitación para un trabajo respetuoso y digno.

Confianza fundamentada en nuestros valores. Entendida como nuestra razón de ser.

Integridad siempre actuar con apego a nuestros principios.

Honestidad damos justo valor en nuestras relaciones con todas las personas.

Compromiso estamos comprometidos a sobrepasar las expectativas que usted nos ha confiado.

7.2.2 POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

De acuerdo con la investigación realizada, se pudo determinar que actualmente en el Cantón Yantzaza existe una demanda insatisfecha que no se cubre por parte de las demás empresas, la Funeraria “El Ultimo Adiós” pretende cubrir con dicha población insatisfecha con los Servicios Exequiales brindando apoyo profesional para solucionar los problemas que enfrentan las personas que sufren la pérdida de un ser querido en esos duros momentos, demostrando en todo instante calidad humana y comprensión.

Bajo este contexto la Funeraria pretende ser una empresa sólida y fundamentada en principios y valores, que impulsen el desarrollo económico-social, con Servicios Exequiales competitivos.

MARCA

a. Estrategias de Marca

La estrategia de marca para la Funeraria se establece de la siguiente manera:

Nombre: El nombre es la parte de la marca que se pronuncia. La empresa de servicios Exequiales tiene designado como nombre Funeraria “El Último Adiós”, que hace referencia al tipo de empresa y a que se dedica.

Funeraria
El Último Adiós

Slogan: Este debe ser breve, sencillo, fácil de pronunciar y con buena sonoridad. El slogan determinado para la Funeraria es:

Para el eterno descanso...la mejor comodidad

Logotipo: Es la imagen con la que la empresa va a ser reconocida, diferenciada y recordada en el mercado. Debe contener colores atractivos, debe ser sencillo y fácil de visualizar.

GRÁFICO N° 22

LOGOTIPO DE LA EMPRESA DE SERVICIOS EXEQUIALES “EL ÚLTIMO ADIÓS”



Fuente: Las Autoras
Elaborado por: Las Autoras

PLAZA

La Empresa de Servicios Exequiales “El Último Adiós” ofrecerá sus servicios a los habitantes del Cantón Yantzaza el mismo que está conformado por las parroquias Yantzaza, Chicaña y Los Encuentros. La ubicación de la Funeraria será en las calles Primero de Mayo y José Arcentales esquina.

PUBLICIDAD

La Funeraria El Último Adiós dará a conocer los servicios que ofrecerá a la ciudadanía a través de medios de comunicación tanto escritos como radiales, ésta publicidad estará dirigida a toda la Población Económicamente

Activa del Cantón Yantzaza, la información que se publicará constará de aspectos generales de la Funeraria y de los servicios que ofrecerá. Con esta publicidad se pretende fomentar el consumo de los Servicios Exequiales y por ende la atracción del cliente. Ver cuadro N° 21.

La campaña publicitaria contendrá:

- ◆ Anuncios publicitarios en medios de comunicación escritos como Diario La Hora, el mismo que medirá 10x17cm, donde contendrá información completa de la apertura de la nueva Empresa de Servicios Exequiales en el Cantón Yantzaza.
- ◆ Un spott radial a través de la radio local del Cantón Yantzaza como es la Radio Romántica con una publicidad de 8 cuñas al día, de Lunes a Sábado por un mes; en donde se dará a conocer los servicios Exequiales que ofrece la Funeraria, así como también el sitio exacto donde funcionará la misma.
- ◆ Publicidad mediante la entrega de 500 hojas volantes las mismas que contendrán ilustraciones llamativas, datos generales de la Funeraria, información de los servicios que ofrecerá y números de atención al cliente.

En el siguiente cuadro N° 30 se establece la publicidad a utilizarse, la duración y los medios en los cuales se difundirá la apertura de la Empresa de Servicios Exequiales en el Cantón Yantzaza.

CUADRO N° 30

PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD	MEDIO	HORARIO	DURACIÓN
Anuncio publicitario, el mismo que medirá 10x17cm	Diario La Hora	Los días Martes y Domingos	2 semanas
Un spott radial	Radio Romántica	Todos los días de Lunes a Sábado con 8 cunas diarias	1 mes
Entrega de 500 hojas volantes		1 mes antes de la apertura de la Funeraria	2 semanas

Fuente: Diario La Hora Y Radio Romántica FM

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO N° 23

ANUNCIO EN DIARIO LA HORA



Brindamos apoyo profesional para solucionar los problemas que enfrentan las personas que sufren la pérdida de un ser querido en esos duros momentos, demostrando en todo instante calidad humana y comprensión.

Dirección: Primero de Mayo y José Arcentales Esquina



Tel.: 2324-167

Cel.:

Fuente: Cuadro N° 30

Elaboración: Las Autoras

SPOTT RADIAL

Contenido del Mensaje

“PARA EL ETERNO DESCANSO....LA MEJOR COMODIDAD”

En nuestra ciudad de Yantzaza ya abrió sus puertas Funeraria “El Último Adiós”, una nueva alternativa en el ramo funerario. Permítanos honrar el recuerdo de su ser querido apoyándole en aquellos momentos difíciles de su vida, con esos detalles que le ofrecen paz, tranquilidad y amor familiar.

El centro de velaciones funeraria “El Último Adiós” ha sido concebido pensando en la importancia de proveer un ambiente tranquilo, acogedor y muy cómodo para las familias que nos visitan con una atención profesional y solidaria, en todos los niveles que comprenden un servicio exequial, las 24 horas con usted. En un acto de amor proteja a su familia adquiriendo estos servicios en forma anticipada... servicios exequiales pre pagado.

Localícenos en las calles: Primero de Mayo y José Arcentales Esquina.

Tel.: 2324-167 Cel.: 082725755

GRÁFICO N° 24

HOJA VOLANTE PARTE FRONTAL Y POSTERIOR

Para el Eterno Descanso... la Mejor Comodidad



Funeraria
El Último Adiós

Brindamos apoyo profesional para solucionar los problemas que enfrentan las personas que sufren la pérdida de un ser querido en esos duros momentos, demostrando en todo instante calidad humana y comprensión.

Dirección: Primero de Mayo y José Arcentales Esquina



PAQUETES DE SERVICIOS EXEQUIALES



SERVICIO BÁSICO: Este consta de los siguientes beneficios:

- ◆ Servicio de traslado de fallecidos.
- ◆ Sala de velación por 24 horas.
- ◆ Cofre metálico sin herrajes.
- ◆ Atención personalizada durante la velación.
- ◆ Trámites legales para la inhumación.
- ◆ Publicación de parte mortuario en radio.

SERVICIO ESPECIAL: Este consta de los siguientes beneficios:

- ◆ Servicio de traslado de fallecidos.
- ◆ Sala de velación por 36 horas.
- ◆ Cofre metálico con herrajes, o cofre de madera.
- ◆ Atención personalizada durante la velación.
- ◆ Trámites legales para la inhumación.
- ◆ Publicación de parte mortuario.
- ◆ Servicio religioso.
- ◆ Servicio de cafetería (personalizado por 10 horas).
- ◆ Arreglo floral para cubrir el cofre; y dos arreglos florales laterales.
- ◆ Habitación de descanso.

SERVICIOS PREMIUM: Este consta de los siguientes beneficios:

- ◆ Servicio de traslado de fallecidos.
- ◆ Sala de velación por 48 horas.
- ◆ Cofre metálico con herrajes, o cofre de madera.
- ◆ Atención personalizada durante la velación.
- ◆ Trámites legales para la inhumación.
- ◆ Publicación de parte mortuario.
- ◆ Servicio religioso con acompañamiento musical.
- ◆ Servicio de cafetería (personalizado por 15 horas).
- ◆ Arreglo floral para cubrir el cofre; y un florero en las 4 esquinas.
- ◆ Habitación de descanso.
- ◆ Libro de condolencias

DIRECCIÓN: Primero de Mayo y José Arcentales Esquina



Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

ESTUDIO TÉCNICO

7.3. ESTUDIO TÉCNICO

El presente estudio técnico se centra en el mayor grado de factibilidad con respecto a la localización general y áreas de influencia del proyecto, a través de este estudio se diseña la función óptima que mejor utilizaría el Cantón Yantzaza para el cumplimiento de sus necesidades y requerimientos.

7.3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Aquí se busca determinar el tamaño óptimo del proyecto de acuerdo a los diversos factores de mercado que lo condicionan.

La determinación del tamaño del mismo responderá a un análisis de las variables del proyecto: demanda, disponibilidad de insumos, localización y el desarrollo futuro de la empresa.

Por tal motivo con los datos proporcionados del mercado meta y al no tener los servicios Exequiales y que tanta falta hacen en la localidad se propone asumir y responder con la atención debida al 30% de la demanda insatisfecha de la población económicamente activa de 20 a 65 años que cree conveniente la creación y la apertura de una funeraria en el Cantón Yantzaza.

7.3.2 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Disponibilidad de Recursos Financieros

Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la funeraria; es claro que la realización del proyecto es

imposible. De ahí que por considerarse un proyecto en el cual se necesitarán varios recursos para su puesta en marcha es necesario que se adquiera recursos propios y ajenos los cuales van a servir para cubrir los diversos costos; logrando obtener rendimientos económicos; y a su vez se deberá escoger aquella financiación que ofrezca comodidad y seguridad.

Disponibilidad del Espacio Físico

Es necesario contar con un espacio físico adecuado para la instalación de la funeraria que brinde comodidad y satisfacción a nuestros clientes potenciales. De acuerdo a las encuestas realizadas, la empresa se encontrará en el centro del Cantón Yantzaza.

7.3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO

◆ CAPACIDAD INSTALADA PAQUETE BÁSICO

La capacidad instalada es el volumen máximo de prestación del servicio. El cálculo se lo realizó en función tiempo y se realizó el siguiente análisis.

La Funeraria “El Último Adiós” trabajando a su capacidad máxima deberá trabajar las 24 horas del día que multiplicadas por 30 días que tiene cada mes, se tendrá 720 horas por mes, este valor dividido para las 24 horas que durará el Paquete Básico, da un valor de 30 clientes por mes que se podría atender.

Para otorgar el servicio la Funeraria contará con una Sala de Velación por ende solo se podrá atender 30 clientes al mes que multiplicados por los 12

meses que tiene el año, da un total de 360 clientes al año. Este cálculo se lo demuestra en la siguiente tabla:

CUADRO N° 31

CAPACIDAD INSTALADA PAQUETE BÁSICO

HORAS DÍAS	HORAS MES	HORAS POR FALLECIDO	CLIENTES POR MES	N° DE SALAS	MES AL AÑO	TOTAL
24	720	24	30	1	12	360

Elaborado por: Las Autoras

En el siguiente cuadro se demuestra la capacidad instalada con su proyección y el porcentaje que se podría cubrir del mercado meta.

CUADRO N° 32

CAPACIDAD INSTALADA PAQUETE BÁSICO

N°	AÑO	MERCADO META	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE A CUBRIR
0	2011	1442	360	25%
1	2012	1487	360	24 %
2	2013	1532	360	23 %
3	2014	1579	360	23 %
4	2015	1627	360	22 %
5	2016	1677	360	21 %
6	2017	1728	360	21 %
7	2018	1781	360	20 %
8	2019	1836	360	20 %
9	2020	1892	360	19 %
10	2021	1950	360	18 %

Fuente: Cuadro N° 29, 31

Elaborado por: Las Autora

◆ CAPACIDAD UTILIZADA PAQUETE BÁSICO

En el presente cuadro se presenta la capacidad utilizada proyectada con el porcentaje de personas que accederán a este paquete.

Cabe recalcar que a través de la encuesta aplicada a la población económicamente activa del Cantón Yantazaza, el 72% (Pregunta N°13) eligieron el paquete básico, por lo cual la capacidad utilizada se presenta en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 33

CAPACIDAD UTILIZADA PAQUETE BÁSICO

N°	AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE A CUBRIR
0	2011	360	259	72%
1	2012	360	259	72%
2	2013	360	259	72%
3	2014	360	259	72%
4	2015	360	259	72%
5	2016	360	259	72%
6	2017	360	259	72%
7	2018	360	259	72%
8	2019	360	259	72%
9	2020	360	259	72%
10	2021	360	259	72%

Fuente: Cuadro N° 31

Elaborado por: Las Autoras

◆ CAPACIDAD INSTALADA PAQUETE ESPECIAL

La Funeraria “El Último Adiós” trabajando las 24 horas del día que multiplicadas por 30 días que tiene cada mes, se tendrá 720 horas por mes, este valor dividido para las 36 horas que durará el Paquete Especial da un

valor de 20 clientes por mes que se podría atender; que multiplicados por los 12 meses que tiene el año, da un total de 240 clientes al año. Este cálculo se lo demuestra en la siguiente tabla:

CUADRO N° 34

CAPACIDAD INSTALADA PAQUETE ESPECIAL

HORAS DÍAS	HORAS MES	HORAS POR FALLECIDO	CLIENTES POR MES	N° DE SALAS	MES AL AÑO	TOTAL
24	720	36	20	1	12	240

Elaborado por: Las Autoras

En el siguiente cuadro se demuestra la capacidad instalada con su proyección y el porcentaje que se podría cubrir del mercado meta.

CUADRO N° 35

CAPACIDAD INSTALADA PAQUETE ESPECIAL

N°	AÑO	MERCADO META	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE A CUBRIR
0	2011	1442	240	17%
1	2012	1487	240	16%
2	2013	1532	240	16%
3	2014	1579	240	15%
4	2015	1627	240	15%
5	2016	1677	240	14%
6	2017	1728	240	14%
7	2018	1781	240	13%
8	2019	1836	240	13%
9	2020	1892	240	13%
10	2021	1950	240	12%

Fuente: Cuadro N° 29, 34

Elaborado por: Las Autoras

◆ CAPACIDAD UTILIZADA PAQUETE ESPECIAL

En el presente cuadro se presenta la capacidad utilizada proyectada con el porcentaje de personas que accederán a este paquete.

Así mismo a través de la encuesta aplicada a la población económicamente activa del Cantón Yantazaza, se evidencia que el 18% (Pregunta N°13) eligieron el paquete especial, por lo cual la capacidad utilizada se presenta en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 36

CAPACIDAD UTILIZADA PAQUETE ESPECIAL

N°	AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE A CUBRIR
0	2011	240	43	18%
1	2012	240	43	18%
2	2013	240	43	18%
3	2014	240	43	18%
4	2015	240	43	18%
5	2016	240	43	18%
6	2017	240	43	18%
7	2018	240	43	18%
8	2019	240	43	18%
9	2020	240	43	18%
10	2021	240	43	18%

Fuente: Cuadro N° 34

Elaborado por: Las Autoras

◆ CAPACIDAD INSTALADA PAQUETE PREMIUM

La Funeraria “El Último Adiós” trabajando las 24 horas del día que multiplicadas por 30 días que tiene cada mes, se tendrá 720 horas por mes, este valor dividido para las 48 horas que durará el Paquete Premium da un

valor de 15 clientes por mes que se podría atender; que multiplicados por los 12 meses que tiene el año, da un total de 180 clientes al año. Este cálculo se lo demuestra en la siguiente tabla:

CUADRO N° 37

CAPACIDAD INSTALADA PAQUETE PREMIUM

HORAS DÍAS	HORAS MES	HORAS POR FALLECIDO	CLIENTES POR MES	N° DE SALAS	MES AL AÑO	TOTAL
24	720	48	15	1	12	180

Elaborado por: Las Autoras

En el siguiente cuadro se demuestra la capacidad instalada con su proyección y el porcentaje que se podría cubrir del mercado meta.

CUADRO N° 38

CAPACIDAD INSTALADA PAQUETE PREMIUM

N°	AÑO	MERCADO META	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE A CUBRIR
0	2011	1442	180	12%
1	2012	1487	180	12%
2	2013	1532	180	12%
3	2014	1579	180	11%
4	2015	1627	180	11%
5	2016	1677	180	11%
6	2017	1728	180	10%
7	2018	1781	180	10%
8	2019	1836	180	10%
9	2020	1892	180	10%
10	2021	1950	180	9%

Fuente: Cuadro N° 29,37

Elaborado por: Las Autoras

◆ CAPACIDAD UTILIZADA PAQUETE PREMIUM

En el presente cuadro se presenta la capacidad utilizada proyectada con el porcentaje de personas que accederán a este paquete.

A través de la encuesta aplicada a la población económicamente activa del Cantón Yantazaza, se evidencia que el 10% (Pregunta N°13) eligieron el Paquete Premium, por lo cual la capacidad utilizada se presenta en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 39

CAPACIDAD UTILIZADA PAQUETE PREMIUM

N°	AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE A CUBRIR
0	2011	180	18	10%
1	2012	180	18	10%
2	2013	180	18	10%
3	2014	180	18	10%
4	2015	180	18	10%
5	2016	180	18	10%
6	2017	180	18	10%
7	2018	180	18	10%
8	2019	180	18	10%
9	2020	180	18	10%
10	2021	180	18	10%

Fuente: Cuadro N° 37

Elaborado por: Las Autoras

7.3.4 LOCALIZACIÓN

Para que una empresa tenga éxito, es necesario contar con una buena localización, para ello se realizó un análisis considerando las condiciones óptimas que debe tener el lugar donde se ubicará la funeraria.

MACROLOCALIZACIÓN

La localización de la Empresa de Servicios Exequiales estará ubicada en el Cantón Yantzaza.

Dentro de la macro localización se analizaran los siguientes puntos:

◆ Medios de transporte.

La empresa contará con su propio vehículo, destinado al traslado de los fallecidos y otras actividades varias que realice el personal que labora en la empresa y que tengan relación directa con el negocio.

◆ Mano de Obra.

El Cantón Yantzaza, cuenta con un grupo humano que tienen facultades de empleo, y con ganas de superación. Lo que indica que el personal que laborará en la funeraria será propio del Cantón.

◆ Vías de comunicación.

El Cantón Yantzaza, cuenta con vías de comunicación terrestre, el mismo que se utilizará para el proyecto, debido a que las vías son de fácil acceso y la cual facilitará el traslado de la población.

◆ **Servicios Básicos.**

La funeraria tendrá las posibilidades de contar de manera eficiente con los servicios básicos para desempeñar sus funciones de trabajo, por lo tanto la ubicación del terreno donde se adecuará y construirá la empresa cuenta con la instalación de los servicios básicos.

◆ **Mapa de Macro Localización del Estudio.**

A continuación en la Gráfico N° 25 se presenta el mapa de la Provincia de Zamora Chinchipe.

GRÁFICO N°25



Fuente: www.zamora-chinchipe.gov.ec

Elaborado por: www.zamora-chinchipe.gov.ec

CUADRO N° 40

PAÍS	ECUADOR
Región	Sur
Provincia	Zamora Chinchipe
Cantón	Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

MICROLOCALIZACIÓN

Como se puede observar, para la microlocalización se consideraron los siguientes factores que se describen a continuación así como la importancia de cada uno de ellos.

- ◆ **Disponibilidad de las Edificaciones:** Es necesario contar con un edificio que se ajuste a las necesidades del proyecto, ya que es vital para que se puedan velar a las personas.
- ◆ **Disponibilidad de Mano de Obra:** Se debe considerar como un factor vital, el recurso humano, quien se encargará de realizar las actividades propias del proyecto.
- ◆ **Infraestructura para Ofrecer el Servicio:** Es necesario contar con excelentes instalaciones y servicios para poder ofrecerles a los clientes un servicio de calidad y de igual forma para poder llevar a cabo el proyecto de inversión.
- ◆ **Cercanía al Mercado:** Para el presente proyecto es necesario estar bien ubicados para que las personas conozcan los servicios que se

pretenden ofrecer y se despierte una necesidad por hacer uso de los mismos.

- ◆ **Pago de Impuestos:** Es importante que el Gobierno otorgue facilidades para el pago de impuestos, pagarlos en tiempo y forma y así mismo evitar tener adversidades legales.
- ◆ **Medios de Transporte y Comunicación:** Es importante que existan medios de transporte y comunicación necesarios para que las personas puedan tener fácil acceso a los servicios funerarios.
- ◆ **Disponibilidad de Servicios:** Es vital contar con servicios básicos como luz, agua, teléfono, etc.; para ofrecer un servicio de calidad.

La Funeraria prestará sus servicios exequiales en el Cantón Yantzaza, el mismo que se conforma por las parroquias de Yantzaza, Chicaña y Los Encuentros.

GRÁFICO N° 26

MAPA DE LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE



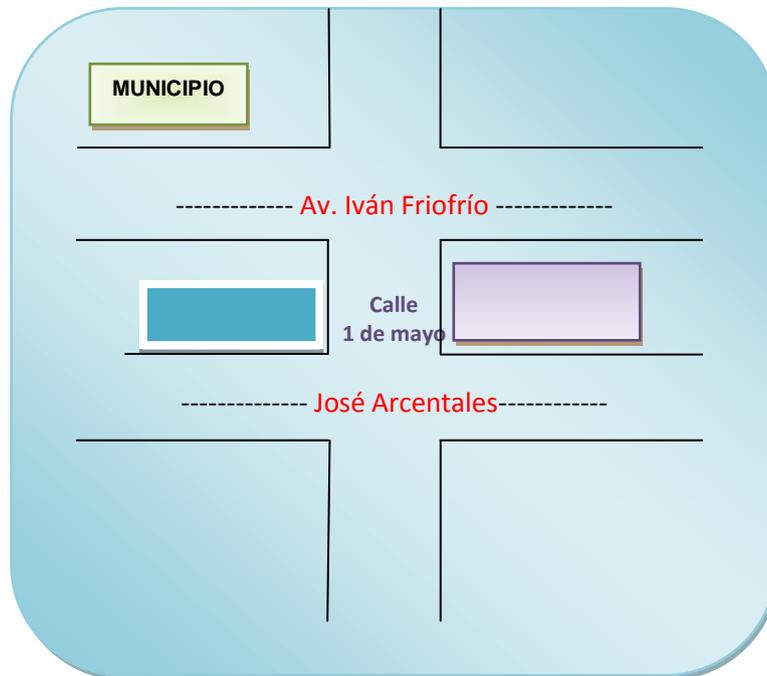
Fuente: www.zamora-chinchipec.gov.ec

Elaborado por: www.zamora-chinchipec.gov.ec

LOCALIZACIÓN DEFINITIVA

Considerando que el Cantón Yantzaza es el principal centro económico – comercial y la segunda ciudad más poblada de la Provincia de Zamora Chinchipe con 18.675 habitantes para el año 2011, misma que se encuentra ubicada en la ribera del Río Zamora, sobre el Valle de Yantzaza o también conocido como Valle de Las Luciérnagas, a 43 kilómetros de la Ciudad de Zamora. Para la determinación del sector exacto de la ubicación de la Funeraria en el área central del Cantón; se utilizó el método de la observación directa, en donde se tomó en cuenta variables que inciden en la prestación del servicio tales como: la accesibilidad a la ubicación, la accesibilidad a los servicios básicos, el flujo comercial, el flujo vehicular y la facilidad de acceso para los clientes. Una vez determinados todos estos factores se decidió ubicar la empresa de Servicios Exequiales en las calles Primero de Mayo y José Arcentales esquina.

GRÁFICO N° 27
CROQUIS DE UBICACIÓN



Fuente: Observación Directa
Elaborado por: La Autoras

7.3.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL SERVICIO

Como Ingeniería del Proyecto se determina, al estudio técnico de los procesos que son necesarios para prestar los Servicios Exequiales, fundamentalmente se trata de dimensionar a ciencia cierta que materiales intervienen en el proceso, la mano de obra necesaria, los insumos adicionales o indirectos y principalmente la definición del equipo y sus características, tamaño, precios, la distribución de los mismos en el área de la Funeraria y finalmente la incidencia que los servicios van a tener en el proceso de administración y ventas.

PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La prestación del servicio hacia los clientes será detallada mediante la elaboración de flujogramas analíticos que especifiquen minuciosamente los pasos que se deberá seguir y detalles para cada servicio.

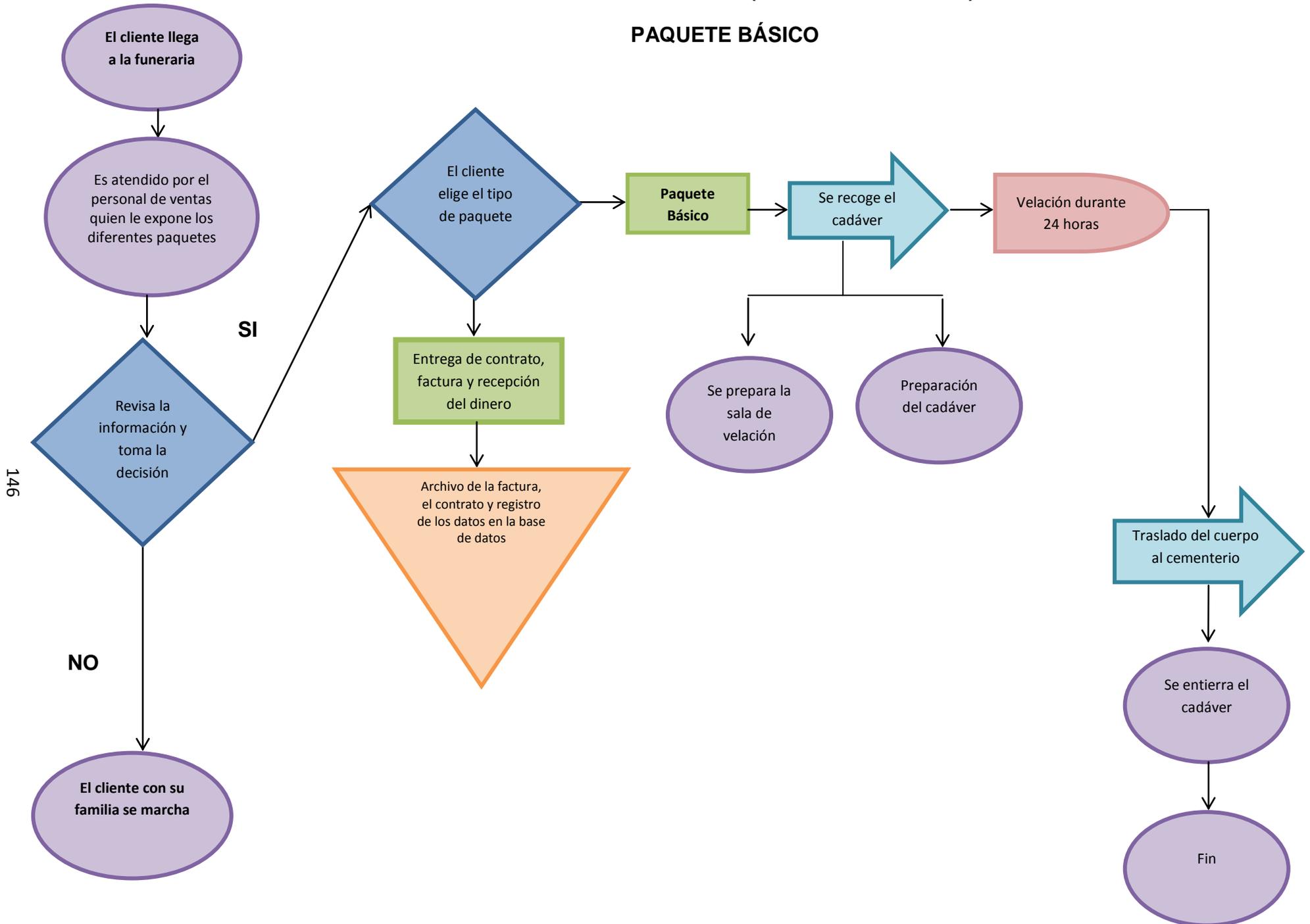
CUADRO N° 41

FLUJOGRAMA ANALÍTICO	
SÍMBOLO	REPRESENTA
	Operación. Indica las principales fases del proceso, método o procedimiento.
	Inspección. Indica que se verifica la calidad y/o cantidad de algo.
	Desplazamiento o transporte. Indica el movimiento de los empleados, material y equipo de un lugar a otro.
	Deposito provisional o espera. Indica demora en el desarrollo de los hechos.
	Almacenamiento permanente. Indica el depósito de un documento o información dentro de un archivo, o de un objeto cualquiera en un almacén
	Indica decisión.

Elaborado por: La Autoras

FLUJOGRAMA ANALÍTICO (SERVICIO EXEQUIAL)

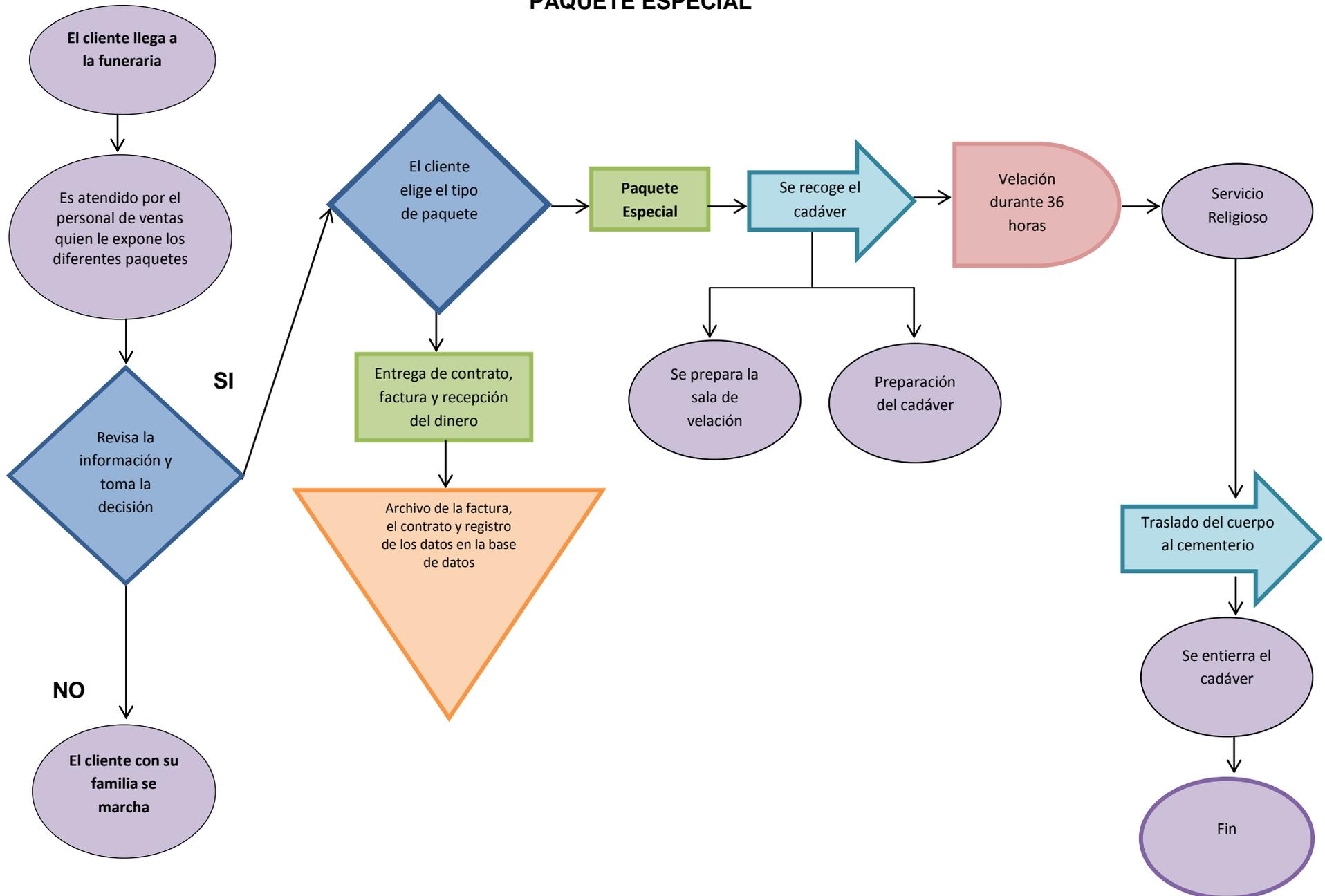
PAQUETE BÁSICO



146

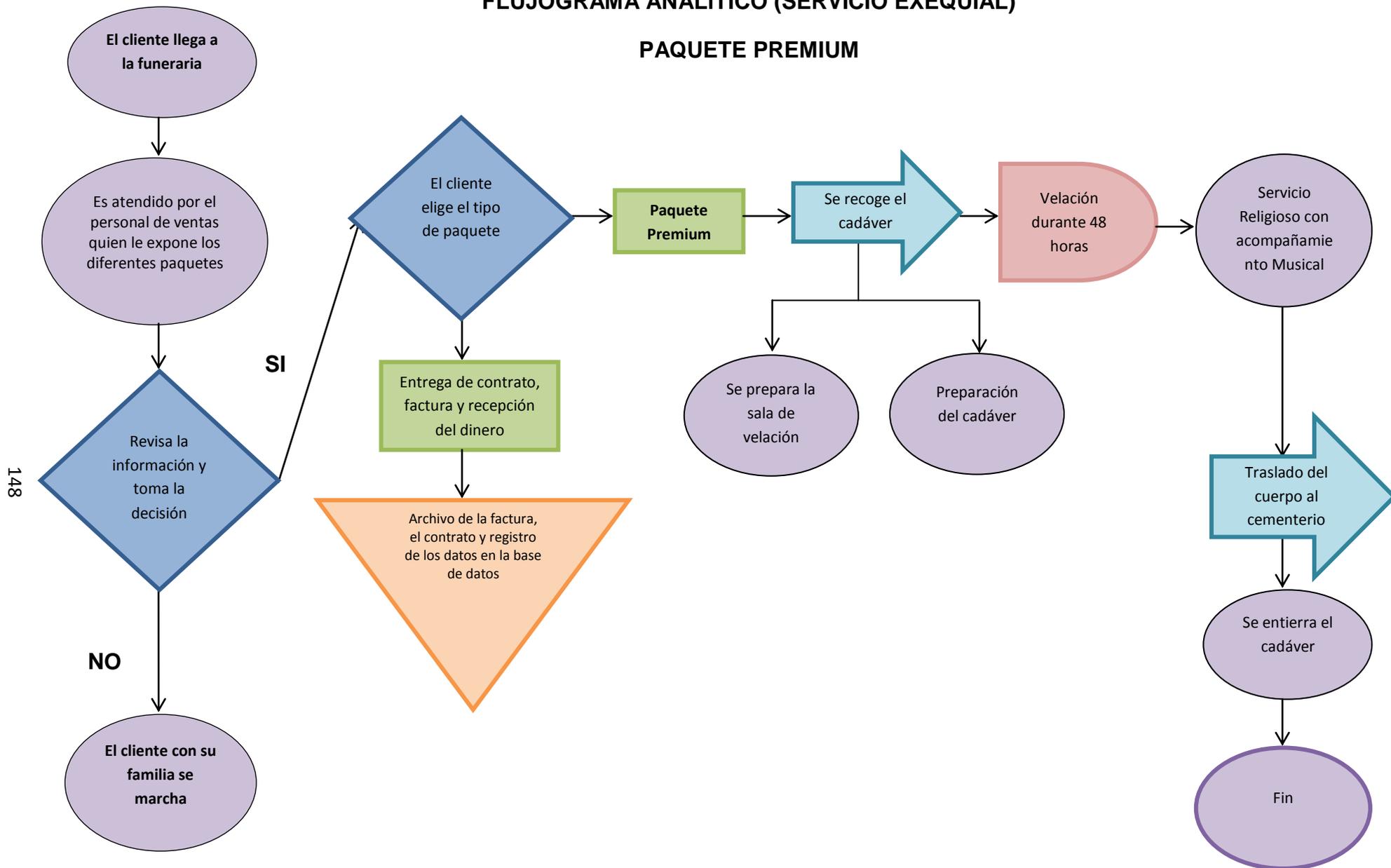
FLUJOGRAMA ANALÍTICO (SERVICIO EXEQUIAL)

PAQUETE ESPECIAL



FLUJOGRAMA ANALÍTICO (SERVICIO EXEQUIAL)

PAQUETE PREMIUM

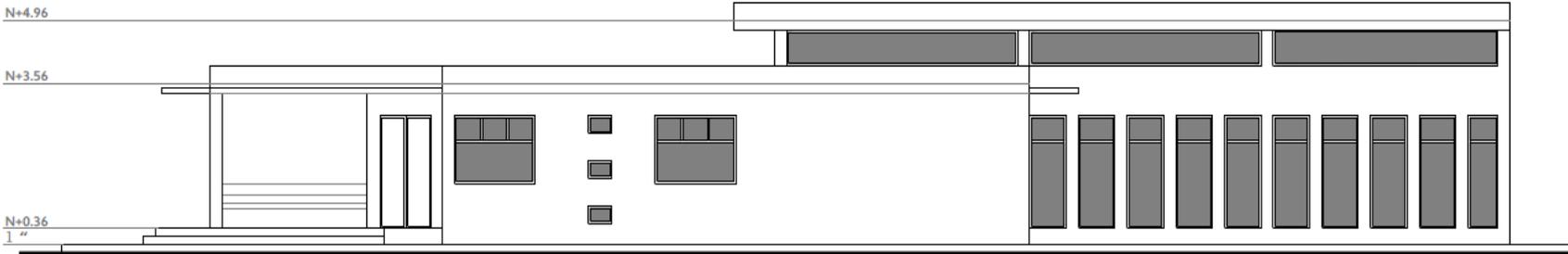


DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA

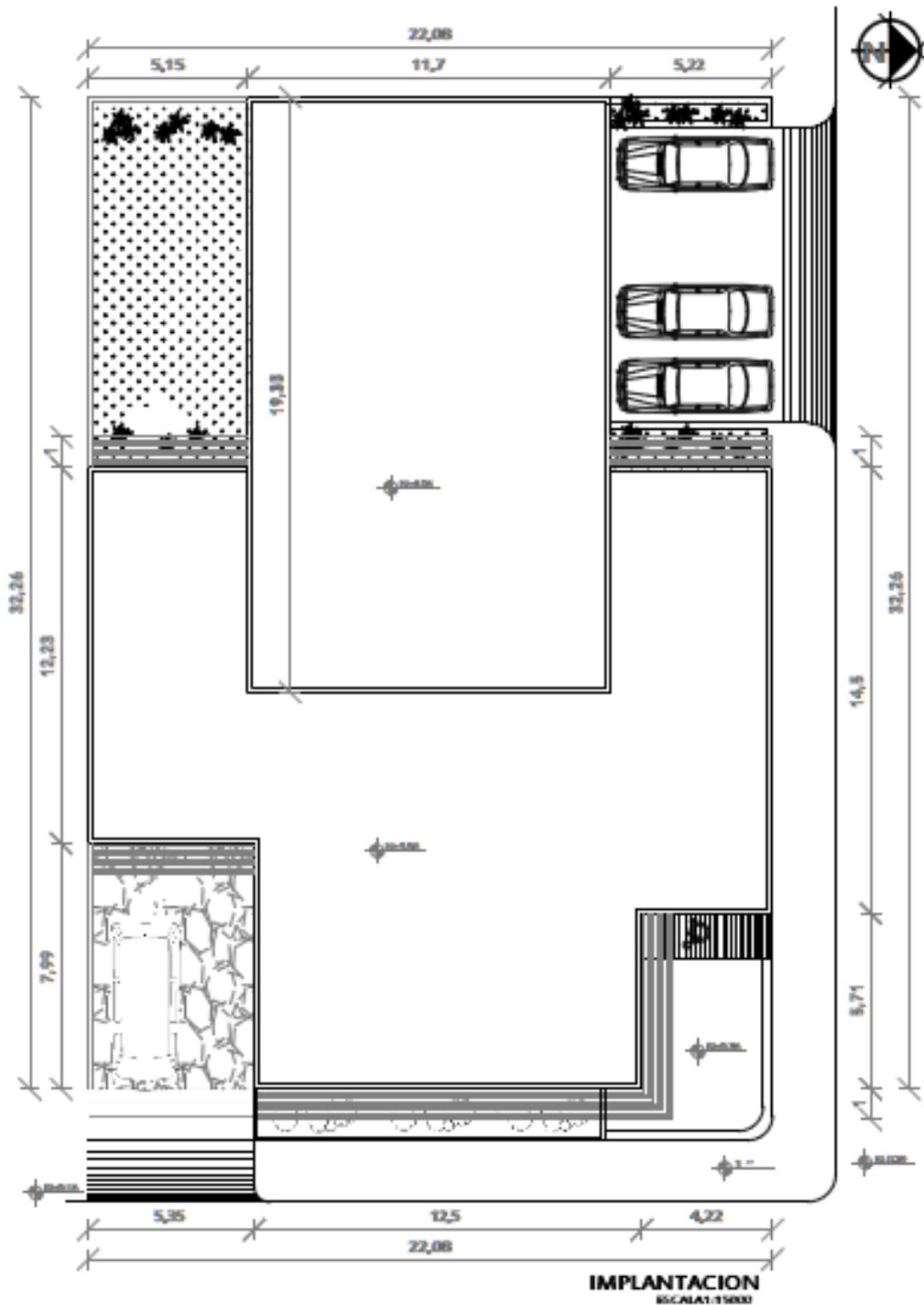


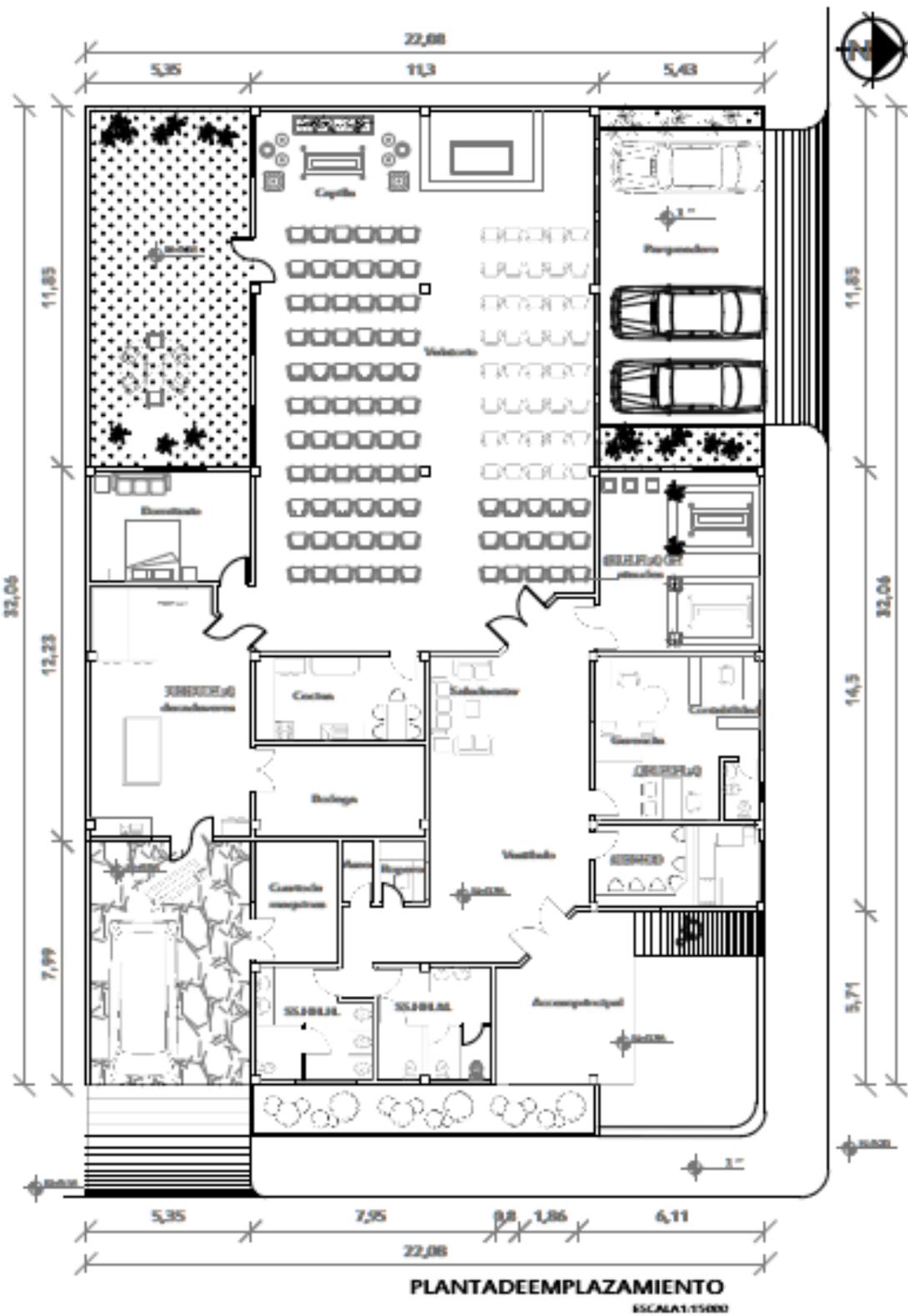
ELEVACIONOESTE
ESCALA1:15000

149



ELEVACIONNORTE
ESCALA1:15000





REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Tiene que ver al trabajo que aportan el conjunto de los empleados con los que contará la empresa.

Para el normal desempeño de las labores que se desarrollaran en la Funeraria “El Último Adiós” del Cantón Yantzaza es necesario contar con el siguiente personal:

- ◆ Gerente General
- ◆ Departamento de Ventas (Atención al cliente)
- ◆ Secretaria - Contadora
- ◆ Formolizador
- ◆ Auxiliar de limpieza
- ◆ Ayudante
- ◆ Chofer
- ◆ Abogado/a (Provisional)

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

CUADRO N° 42

ROL DE PAGOS

N°	CÉDULA	CARGO	INGRESOS	DEDUCCIONES			
			R.M.U	APORTE PERSONAL 9,35%	TOTAL EGRESOS	LIQUIDO A PAGAR MENSUAL	LÍQUIDO A PAGAR ANUAL
ÁREA ADMINISTRATIVA							
1	xxxxxxxxxx	Gerente	372,72	34,85	34,85	337,87	4.054,44
2	xxxxxxxxxx	Departamento de Ventas	292,87	27,38	27,38	265,49	3.185,88
3	xxxxxxxxxx	Secretaria -Contadora	293,75	27,47	27,47	266,28	3.195,36
4	xxxxxxxxxx	Abogado Provisional	292,00	0,00	0,00	292,00	1.168,00
SUBTOTAL						1.161,64	11.603,68
ÁREA DE SERVICIOS							
4	xxxxxxxxxx	Formolizador	293,46	27,44	27,44	266,02	3.192,24
5	xxxxxxxxxx	Chofer	293,46	27,44	27,44	266,02	3.192,24
6	xxxxxxxxxx	Ayudante	292,00	27,30	27,30	264,70	3.176,40
7	xxxxxxxxxx	Auxiliar de Limpieza	292,29	27,33	27,33	264,96	3.179,52
SUBTOTAL						1.061,70	12.740,40
TOTAL						2.223,34	24.344,08

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: Las Autoras

LISTADO DE EQUIPOS

A continuación se detallan todos los insumos, muebles, materiales, herramientas que se necesitan para el funcionamiento de la Funeraria.

◆ MUEBLES Y ENSERES

CUADRO N° 43

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD
ÁREA ADMINISTRATIVA	
Escritorios Estilo Ejecutivo	3
Sillón Ejecutivo	1
Sillas giratorias de oficina	2
Sillas de espera	6
Archivadores Grandes	1
Archivador Pequeño	2
Basureros	4
ÁREA DE SERVICIOS	
Sillas para la sala de velaciones	120
Basureros	9
Cama	1
Camilla para trasladar el cuerpo	1
Sala de Estar	1
Sofá Cama	1
Taburetes grandes	6

Fuente: Comercial Amoblar y Oficinas Integral

Elaborado por: Las Autoras

◆ EQUIPOS Y MAQUINARIA

CUADRO N° 44

EQUIPOS Y MAQUINARIA	CANTIDAD
Bomba para la Formolización	1
Capilla Ardiente	1

Fuente: Orfebrería Metálica Ambato

Elaborado por: Las Autoras

◆ **EQUIPO DE OFICINA**

CUADRO N° 45

EQUIPO DE OFICINA	CANTIDAD
Sumadora	2
Teléfono Inalámbrico de dos bases	2
Teléfono/Fax	1

Fuente: Comercial Electro Hogar

Elaborado por: Las Autoras

◆ **EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

CUADRO N° 46

EQUIPO DE COMPUTACIÓN	CANTIDAD
Computadora + Impresora	3

Fuente: Master PC

Elaborado por: Las Autoras

◆ **SUMINISTROS DE OFICINA**

CUADRO N° 47

SUMINISTROS DE OFICINA	CANTIDAD
Resmas de papel bond 500 hojas (Paquete)	1
Esferos – Caja de 48 unidades	1
Cartuchos de tinta negro y a color	6
Sobres manila oficio (Paquete de 100 unidades)	1
Papel Fax	6
Papel sumadora	12
Sello con logotipo	3
Sello con fechero	1
Tintero	6
Liquidpaper	3
Cinta scotch pequeña paquete de 20 unidades	1
Grapadora	3
Grapas (caja)	4
Perforadora	2

Clips (caja)	4
Saca grapas	3
Carpetas con logotipo	180
Borradores caja de 20 unidades	1
Goma	2
Factureros de 100 unidades	2
Carpetas Archivadoras Grandes	5
Porta cinta	2
Resaltadores	9

Fuente: Gráficas Santiago y Almacenes Tía

Elaborado por: Las Autoras

ESTUDIO LEGAL - ADMINISTRATIVO

7.4 ESTUDIO LEGAL - ADMINISTRATIVO

7.4.1 ORGANIZACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA

7.4.1.1 ASPETOS LEGALES

Selección del tipo de Sociedad.

Para realizar la selección del tipo de sociedad que tendrá el presente proyecto se toma en cuenta la información de la Ley de Sociedades Mercantiles, ya que quienes la constituye convienen en adoptar bienes o servicios para el ejercicio en común de una actividad económica, en cualquiera de las formas regulares en la Ley, cuyo fin es lícito y en beneficio común de los socios.

Esta compañía se constituirá bajo el procedimiento jurídico de una Compañía de Responsabilidad Limitada.

7.4.1.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA “FUNERARIA EL ÚLTIMO ADIÓS”

El Nombre.- Puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía.

Solicitud de aprobación.

- ◆ Presentación de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, incluida la solicitud suscrita por el abogado al Superintendente de Compañías.

- ◆ **Número Mínimo y Máximo de Socios.-** Se constituirá con un mínimo de dos socios y un máximo de quince.
- ◆ **Capital Mínimo.-** El capital mínimo para constituirse es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América.

Su constitución será por parte de la Superintendencia de Compañías así como también su respectiva inscripción en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción y publicación con un anuncio al respecto en el periódico local de mayor circulación en el Cantón Yantzaza.

Los requisitos principales para la constitución de la compañía son:

- ◆ Escrito previo solicitando la constitución de la compañía a cargo de un abogado en libre ejercicio profesional.
- ◆ Celebración de la Escritura Pública que se realiza en una Notaría Pública del Cantón Yantzaza.
- ◆ Aprobación de la Superintendencia de Compañías.
- ◆ Afiliación a la Cámara de Comercio.
- ◆ Inscripción en el Registro Mercantil.
- ◆ Obtención del Registro Único de Contribuyentes.
- ◆ Obtención de la Patente Municipal.
- ◆ Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- ◆ Permiso de Sanidad.

A continuación se detallan los pasos a seguir para la constitución de la empresa:

Paso 1: Reserva de Dominio

Mediante oficio suscrito por un Abogado se solicita a la Superintendencia de Compañías, la Reserva de Denominación para lo cual los socios previamente determinan el nombre de la Compañía.

La Superintendencia de Compañías, mediante resolución administrativa comunica la Reserva de Denominación que tendrá una duración de 30 días, tiempo en el cual deberá legalizar la constitución de la compañía.

Paso 2: Escritura de Constitución

El Abogado elabora la minuta de constitución de la compañía, conforme la resolución de los socios respecto a los:

- ◆ Compareciente (socios)
- ◆ Objeto Social
- ◆ Nacionalidad, Domicilio y Duración de la Compañía
- ◆ Capital Social, Transferencia de Participaciones, Aumento o Disminución del Capital, Fondo de Reserva
- ◆ Derechos, Obligaciones y Responsabilidades de los Socios
- ◆ Gobierno y Administración de la Compañía: De la Junta General de Socios, Convocatorias y Quórum, Junta General Ordinaria, Presidente y Secretario de la Junta
- ◆ Atribuciones de la Junta General

- ◆ Atribuciones del Gerente General
- ◆ Disolución y Liquidación
- ◆ Ejercicio Económico
- ◆ Actas de Junta General
- ◆ Aplicación de la Ley
- ◆ Jurisdicción

Paso 3: Depósito Cuenta de Integración de Capital

Hasta obtener la autorización de la Superintendencia de Compañías los socios deben obtener el Certificado de Depósito de Integración de Capital de un Banco de la localidad, consignando para el efecto el depósito del 50% del Capital de la Compañía conforme la participación individual de cada uno.

Paso 4: Aprobación de Constitución de la Compañía

La Superintendencia de Compañías sobre la base de la escritura pública de constitución de la Compañía debidamente notariada, mediante resolución aprueba la constitución definitiva y dispone que un extracto de la misma se publique, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la Compañía.

Paso 5: Inscripción en el Registro Mercantil

Con la aprobación de la Superintendencia de Compañías se solicita al Registrador Mercantil, la inscripción de la nueva compañía a la cual se le asigna un número del Registro Mercantil y se identifica el Tomo.

Paso 6: Afiliación a la Cámara de Comercio

Con los documentos de soporte, escritura y aprobación de constitución, se solicita a la Cámara de Comercio la afiliación que se concreta con su registro correspondiente.

Paso 7: Nombramientos del Gerente

Se expiden los nombramientos del Gerente General con la legalización de la razón de aceptación, se registra en la Notaria y se inscribe en el Registro Mercantil.

Paso 8: Obtención del Registro único de Contribuyentes (RUC)

En el formulario RUC 01 – denominado INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES DEL SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO, se consigna la información de la compañía y se presenta en el SRI (Servicio de Rentas Internas), el mismo que emite el Certificado RUC Sociedades.

Documentos a presentar en el SRI:

- ◆ Escritura de constitución de la Compañía
- ◆ Nombramiento del representante legal de la Compañía
- ◆ Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación
- ◆ Formulario RUC 01
- ◆ Una vez hecho el trámite si la empresa se pasa más de 30 días se pagará una multa

Paso 9: Trámites de Permiso de Sanidad

Para el permiso de funcionamiento en el Ministerio de Salud Pública, se requiere lo siguiente:

- ◆ Solicitar al Director de Ministerio de Salud el permiso de funcionamiento donde indicamos el lugar y el representante legal de la Funeraria.
- ◆ El Director de Salud delega un inspector para que realice la inspección en el lugar donde se observará que tenga buena cisterna, sanitarios adecuados, etc.
- ◆ Todos los empleados de la empresa deben estar vacunados contra el Tétano.

Paso 10: Declaración del Impuesto de Patentes

En el Municipio del Cantón Yantzaza en el formulario correspondiente se efectúa la Declaración del Impuesto de Patentes, inscripción en el registro de Sociedades de La Superintendencia de Compañías.

El trámite concluye en el Registro de Sociedades, con la entrega de la publicación del original del extracto, copia de la escritura pública inscrita en el Registro Mercantil, copia del Nombramiento del Gerente General inscrito, copia de la Afiliación a la Cámara de Comercio respectiva y copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Documentos a presentar:

- ◆ Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- ◆ RUC de la empresa
- ◆ Revisión de la empresa por parte de un delegado del municipio del Cantón
- ◆ Una vez realizada la inspección, se procede a cancelar \$280,00 por cada año de funcionamiento.

Paso 11: Permiso del Cuerpo de Bomberos

Para obtener este certificado es necesario que la Funeraria posea un extintor y pagar un valor económico que depende del local comercial. Este valor cubre el servicio que presta el Cuerpo de Bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, esa institución recomienda la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que debe tenerse para evitar los mismos.

7.4.1.3 MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA DE SERVICIOS EXEQUIALES “EL ÚLTIMO ADIÓS”

SEÑOR NOTARIO:

En el registro de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una minuta que contiene la constitución de una compañía de SERVICIOS EXEQUIALES; de acuerdo a las siguientes cláusulas:

PRIMERA: COMPARECIENTES.- Melqui Cueva Pardo, Santiago Cueva Simancas, Lorenzo Cueva Simancas, María Beatriz Torres y Johana Granda

Torres, ecuatorianos en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa de Servicios Exequiales “El Último Adiós”.

SEGUNDA: DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de Responsabilidad Limitada, que se cometerá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA: ESTATUTO DE LA EMPRESA

TÍTULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN, DOMICILIO Y DURACIÓN.

Art. 1.- La empresa de Economía Privada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y que se registrará de acuerdo a este estatuto se denomina Empresa de Servicios Exequiales.

Art. 2.- (DOMICILIO).- La compañía tendrá su domicilio principal en el Cantón Yantzaza, Provincia de Zamora Chinchipe, República del Ecuador.

Art. 3.- (PLAZO DE DURACIÓN).- El plazo de duración de la sociedad será de treinta años desde la inscripción del contrato de sociedades en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Socios siguiendo el procedimiento que señala la Ley.

TÍTULO SEGUNDO.- CAPITAL, ACCIONES, OBLIGACIONES Y AUMENTOS.

Art. 5.- (CAPITAL).- El capital autorizado, suscrito y pagado es de \$ 37.536,42. Las acciones serán ordinarias de UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. 1,00) cada una.

Art. 6.- (AUMENTO DE CAPITAL).- El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General de Socios, por los medios y en la forma establecida por la Ley de Compañías.

TÍTULO TERCERO.- EJERCICIO ECONOMICO, BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS.

Art. 7.- (EJERCICIO ECONÓMICO).- El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año, al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente año, la secretaria-contadora realizará el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios.

Art. 8.- (UTILIDADES Y RESERVA).- La junta General de Socios resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones.

TÍTULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA.

Art. 9.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN).- La empresa estará gobernada por la Junta General de Socios, con las atribuciones y deberes que les conceda la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 10.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías.

Art. 11.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- En todo lo que no esté previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a las políticas de la empresa y a los que resuelva la Junta General de Socios.

Art. 12.- (AUDITORÍA).- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Socios podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por la Junta General de Socios, conforme consta en el certificado de integración de Capital.

7.4.1.4 POLÍTICAS DE LA EMPRESA “FUNERARIA EL ÚLTIMO ADIÓS”

Las políticas a considerarse de la empresa son las siguientes:

- ◆ La satisfacción de las expectativas del cliente por parte del personal, y en su conjunto del servicio, deben ser la razón de ser y existir de la empresa.

- ◆ Aplicar una evaluación del desempeño de nuestros empleados, que incidirá en su remuneración y se procederá a distribuir los incentivos al personal.
- ◆ Contratar al personal idóneo para cada puesto dando mayor énfasis a la selección del personal que tiene contacto directo con el público.
- ◆ El tipo de cambio a utilizarse en nuestras tarifas es el Dólar de Estados Unidos de Norteamérica de venta en el mercado libre.
- ◆ Los montos de las remuneraciones serán establecidos por el Gerente General.
- ◆ Los pagos de las remuneraciones a los empleados serán mensuales.
- ◆ Las ventas se realizarán a crédito y ha contado.
- ◆ Se aceptarán pagos por medio de cheques y efectivo.

7.4.2 DISEÑO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

Para el desarrollo de la organización es importante tomar en cuenta que las condiciones de trabajo del personal, el ambiente y el entorno en general cumple un papel fundamental sin descuidar que el objetivo principal de la creación de la empresa es obtener rédito por la inversión realizada y además cumplir con un fin social.

7.4.2.1 NIVELES DE LA ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La organización funciona empleando una filosofía empresarial donde se da acceso a la originalidad y participación de los trabajadores. Su estructura se aparta de los esquemas tradicionales y reduce la actividad en un nivel plano

y flexible. Además comprende la determinación del aspecto legal, los diferentes niveles jerárquicos y las funciones a cumplir, el establecimiento de los organigramas estructural, funcional y posicional así como el manual de funciones para cada uno de los puestos establecidos en la empresa.

NIVELES JERÁRQUICOS:

Para el manejo operacional de la empresa se consideran cuatro niveles que según lo expresa la ley de compañías son los siguientes:

a) Nivel Legislativo

Constituido por la Junta General de Socios. Es el órgano supremo de la compañía, está formado por los socios legalmente convocados y reunidos.

Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, las resoluciones, etc. Y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

b) Nivel Ejecutivo.

Estará formado por el Gerente; el mismo que será nombrado por la Junta General de Socios.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando, puede delegar autoridad más no responsabilidad.

c) Nivel de Apoyo.

Estará formado por todos aquellos puestos de trabajo que tengan relación directa con el cumplimiento de las actividades administrativas de la empresa.

Este nivel presta ayuda a los otros niveles administrativos en forma eficiente y oportuna, son el apoyo logístico para el desarrollo de las actividades administrativas- operativas, este cargo lo ocupará la Secretaria- Contadora y el Departamento de Ventas.

d) Nivel Operativo

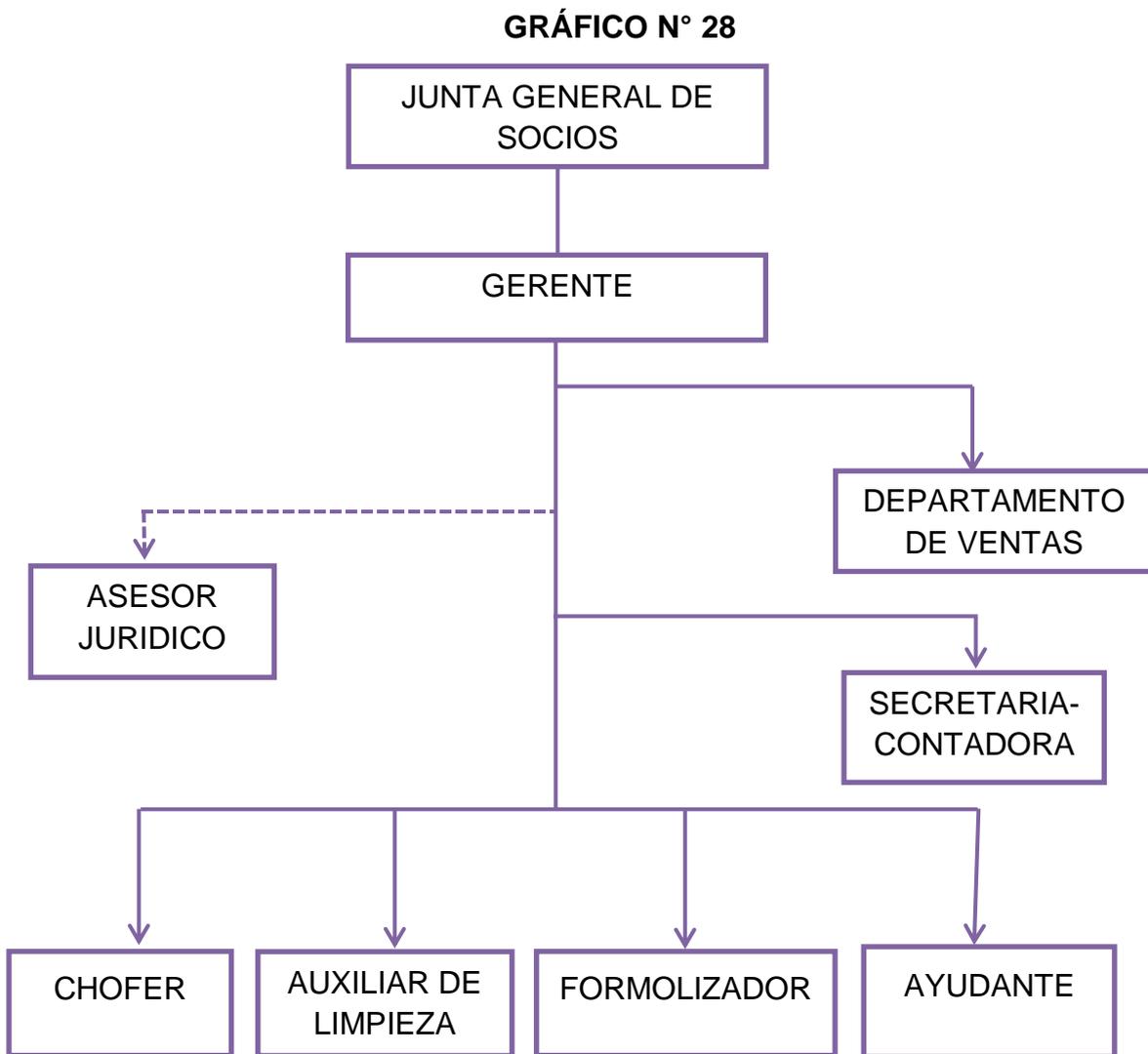
En este nivel están ubicados todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con el proceso operativo, este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa.

e) Nivel Asesor

Estará conformado por el asesor que en el caso de ésta empresa tendrá la calidad de ocasional, este cargo lo ocupará un abogado en libre ejercicio de su profesión. Su función básica será el asesoramiento para la constitución legal y asuntos judiciales de la Funeraria.

7.4.2.2 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

En el siguiente esquema se puede visualizar la estructura administrativa de la nueva Funeraria.

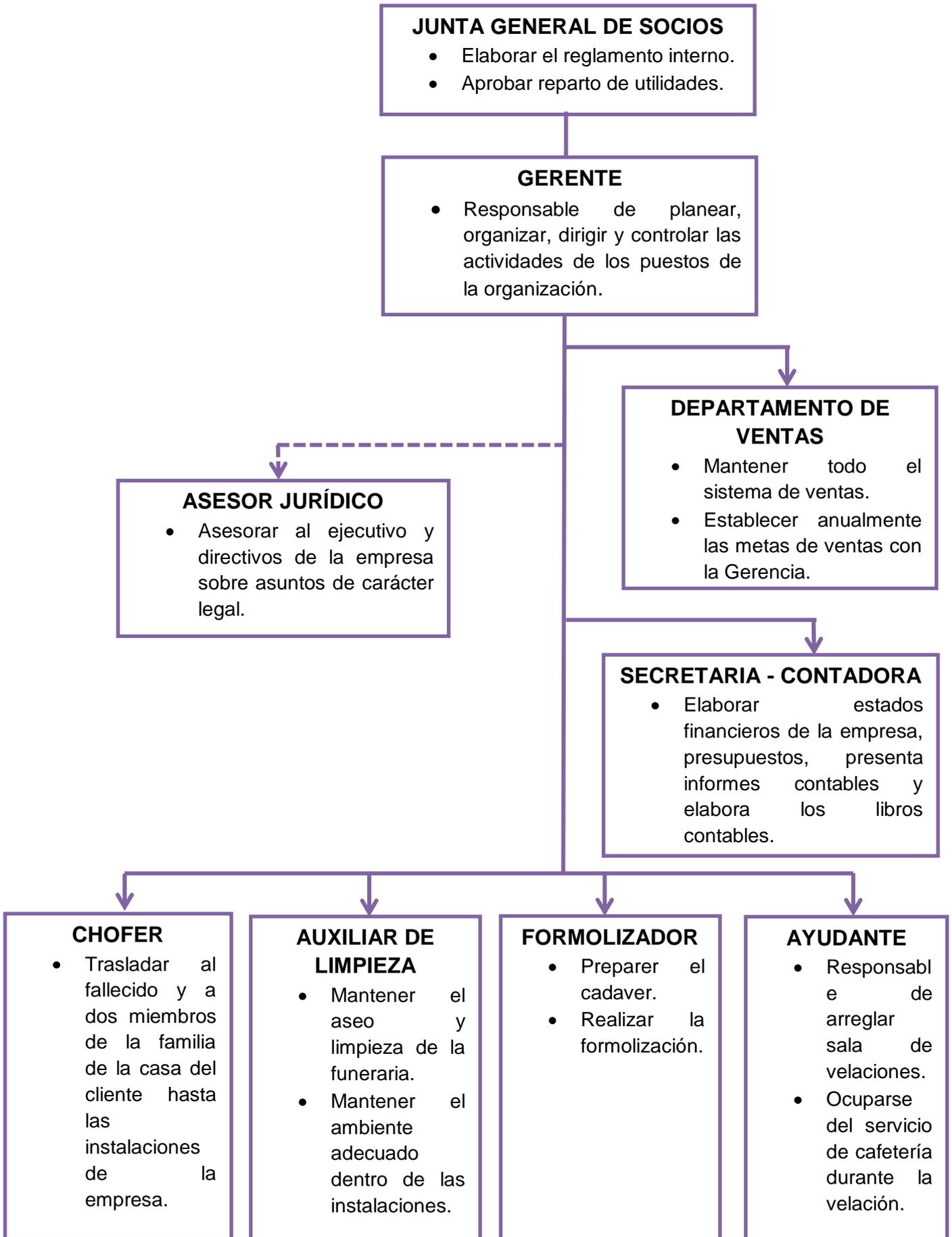


Fuente: Las Autoras
Elaborado por: La Autoras

7.4.2.3 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

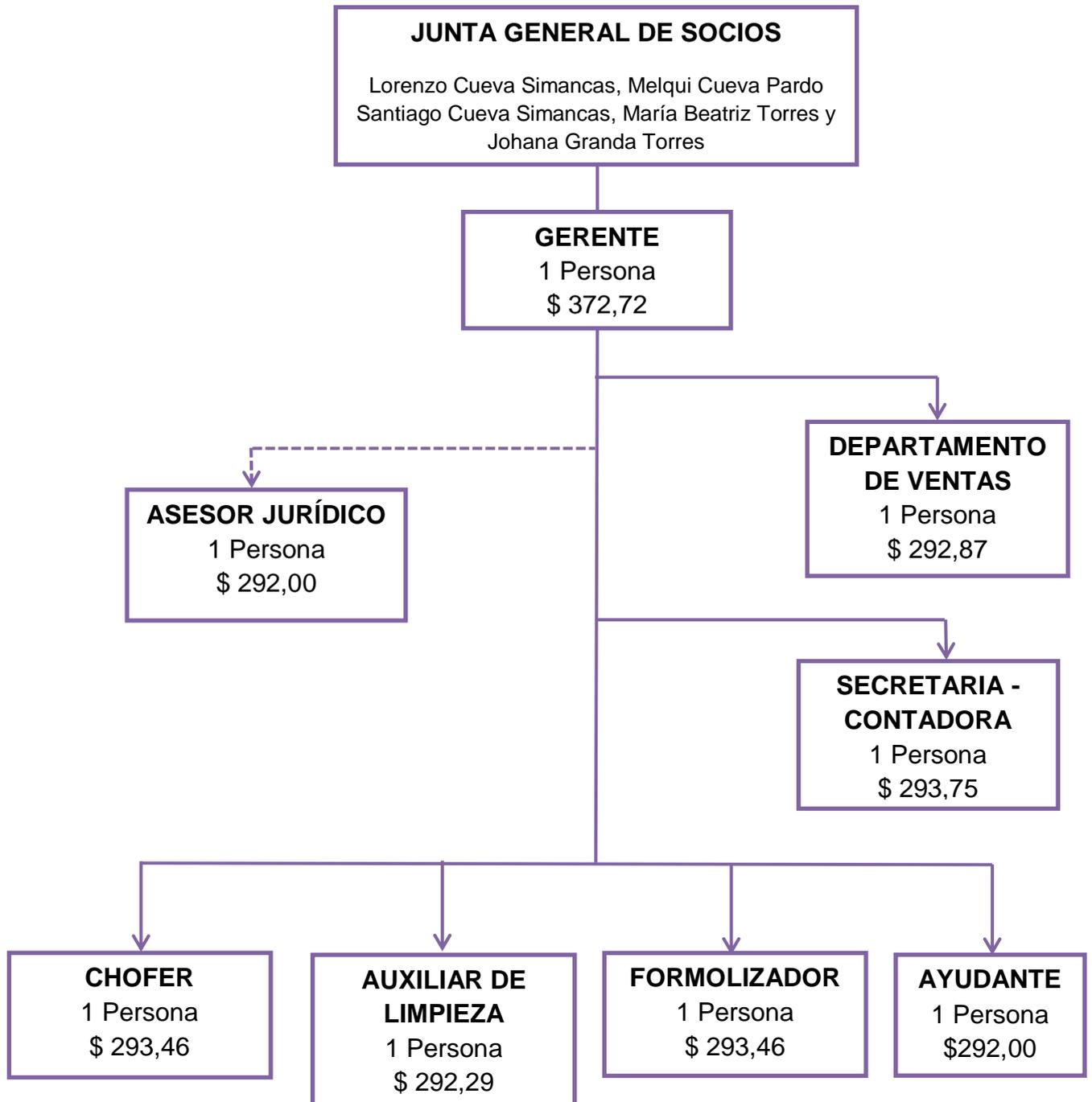
Para poder llevar a cabo un buen funcionamiento de la funeraria “El Último Adiós”; es necesario conocer las funciones básicas que se tendrán que desempeñar en cada uno de los puestos que conforman el organigrama anterior, por lo tanto se elaboró un análisis y descripción de los puestos para que se tenga una visión clara de cuales son las funciones y actividades que se tienen que desarrollar según el cargo que desempeñen.

GRÁFICO N° 29



7.4.2.4 ORGANIGRAMA POSICIONAL.- Este organigrama recoge los nombres de las personas así como el valor de su remuneración que pertenecen a cada uno de los niveles estructurales y funcionales.

GRÁFICO N° 30



Fuente: Las Autoras
Elaborado por: La Autoras

7.4.2.5 MANUAL DE FUNCIONES

EL Manual de Funciones contiene información respecto de las tareas que debe cumplir cada puesto de trabajo para facilitar el buen desenvolvimiento del personal para los distintos cargos de la Funeraria “El Último Adiós”.

CUADRO N° 48

TÍTULO DEL PUESTO: Junta General de Socios NIVEL JERÁRQUICO: Legislativo NIVEL DE DEPENDENCIA: ----- SUPERVISA: Gerente CÓDIGO: 001
NATURALEZA DEL CARGO: Delinear y definir las normas, políticas y procedimientos de Administración para la Funeraria.
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">• Definir las políticas generales de la empresa.• Elaborar reglamento interno.• Verificar y evaluar los informes emitidos por gerencia, sobre la marcha de la empresa.• Aprueba el balance general y el estado de pérdidas y ganancias, de acuerdo al informe del gerente.• Establecer las políticas de sueldos para todos los funcionarios y trabajadores que laboran en la empresa• Disponer sobre posibles endeudamientos con entidades crediticias.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Ambiente: agradable con ciertas presiones por los problemas que se presenten en la empresa• Seguridad: condiciones generalmente seguras• Supervisar: coordinar las actividades del personal bajo su mando actuando con independencia profesional
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Educación:<ul style="list-style-type: none">✓ Título profesional✓ Cursos o niveles aprobados sobre planificación estratégica.

- **Experiencia:**
 - ✓ Ser socia de la empresa
 - ✓ Ser mayor de edad

- **Aptitudes:**
 - ✓ Inteligencia, agilidad mental, don de mando, gran iniciativa, capacidad para realizar sus funciones bajo presión, alto sentido de responsabilidad, habilidad con las relaciones humanas.
 - ✓ Excelente presencia y buenos modales

Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 49

TÍTULO DEL PUESTO: Gerente
NIVEL JERÁRQUICO: Ejecutivo
NIVEL DE DEPENDENCIA: Accionistas
SUPERVISA: Departamento de Ventas, Chofer, Asesor Jurídico, Contadora, Formolizador, Ayudante, Auxiliar de Limpieza.
CÓDIGO: 002

NATURALEZA DEL CARGO:

Planifica, organiza, dirige y evalúa todas las actividades de la Funeraria.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Planifica lo que se va a efectuar en la Funeraria.
- Organiza en forma coordinada los recursos económicos-financieros, humanos, materiales, etc.
- Responsable de realizar las compras y ventas buscando siempre la mejor opción para el beneficio de la empresa.
- Representar jurídica y legalmente a la empresa ante terceros
- Ejecuta el plan de acción trazado
- Cancelar las remuneraciones al personal
- Se encarga de la eficiencia administrativa de toda la empresa.
- Controla la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación:**
 - ✓ Título de Ing. Comercial, Economista o carreras a fines
- **Experiencia:**
 - ✓ Ser socia de la empresa
 - ✓ Un año en actividades similares
- **Aptitudes:**
 - ✓ Calidad de gestión, liderazgo y confiabilidad
 - ✓ Tener buenas relaciones interpersonales, presencia y facilidad de palabra
 - ✓ Disponibilidad de tiempo completo y trabajar bajo presión

Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 50

TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico NIVEL JERÁRQUICO: Asesor NIVEL DE DEPENDENCIA: Gerente SUPERVISA: ----- CÓDIGO: 003
NATURALEZA DE TRABAJO: Ejecuta las labores jurídicas como asesorar al Gerente en contratos de trabajo, constituciones de la empresa, minutas, escritos, etc.
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">• Asesorar al ejecutivo y directivos de la empresa sobre asuntos de carácter legal.• Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa.• Realizar los trámites legales de la empresa.• Preparar informes y dictámenes de tipo legal.• Presta sus servicios temporalmente cuando se amerite de ellos.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad en la legalización de documentos.
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Educación:<ul style="list-style-type: none">✓ Título Doctor en Jurisprudencia• Experiencia:<ul style="list-style-type: none">✓ Dos años de funciones a fines

Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 51

TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria -Contadora NIVEL JERÁRQUICO: Apoyo NIVEL DE DEPENDENCIA: Gerente SUPERVISA: ----- CÓDIGO: 004
NATURALEZA DE TRABAJO: Realiza labores de oficina, lleva el sistema de contabilidad, es responsable por el manejo de los libros contables; realiza las relaciones públicas.
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">• Redacta oficios, informes y memorándum de la empresa.• Registra oficios e informes recibidos.• Llevar con eficiencia los archivos de la compañía.• Registra contablemente las transacciones que ejecuta la empresa.• Elabora estados financieros de la empresa, presupuestos, presenta informes contables. Elabora los libros contables.• Elabora flujos de caja, roles de pago.• Presenta declaraciones al SRI.• Emisión de balance general y estado de resultado, así como de los demás que fueren necesarios para reflejar el posicionamiento de la empresa.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Ambiente: agradable con ciertas condiciones de presión por las funciones de su puesto.• Seguridad: Condiciones generalmente seguras.
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Educación:<ul style="list-style-type: none">✓ Título de Licenciada en Contabilidad y Auditoría✓ Conocimientos de secretariado• Experiencia:<ul style="list-style-type: none">✓ Dos años de funciones afines• Aptitudes:<ul style="list-style-type: none">✓ Agilidad mental para cuentas, habilidad con las relaciones humanas✓ Excelencia presencia y buenos modales.

Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 52

TÍTULO DEL PUESTO: Departamento de Ventas- Atención al Cliente NIVEL JERÁRQUICO: Operativo NIVEL DE DEPENDENCIA: Gerente SUPERVISA: ----- CÓDIGO: 005
NATURALEZA DE TRABAJO: Estar en contacto directo con el Gerente para el desarrollo en las labores administrativas, receiptar, atender y facturar pedidos de los clientes.
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">• Mantener todo el sistema de ventas• Establecer anualmente las metas de ventas con la Gerencia.• Mantener estadísticas al día de las operaciones efectuadas.• Dar información al cliente en cuanto a precio y variedad de los paquetes.• Atender los pedidos de todos los clientes.• Preparar y despechar el pedido del cliente.• Asegurar la correcta atención a los clientes.• Realiza un correcto manejo del dinero en efectivo y documentos de la Funeraria.• Entrega informes continuos a la contadora de costos e ingresos en la empresa.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Rapidez en la atención• Requiere iniciativa permanente, relaciones interpersonales con el público y personal de la empresa
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Educación:<ul style="list-style-type: none">✓ Título Ingeniero en Marketing o carreras afines.• Experiencia:<ul style="list-style-type: none">✓ Experiencia mínima de un año• Aptitudes:<ul style="list-style-type: none">✓ Don de mando y liderazgo participativo; fluidez verbal, introversión equilibrada, espíritu critico y creador, personalidad atrayente y cortés.

Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N°53

TÍTULO DEL PUESTO: Chofer NIVEL JERÁRQUICO: Operativo NIVEL DE DEPENDENCIA: Gerente SUPERVISA: ----- CÓDIGO: 006
NATURALEZA DE TRABAJO: Responsable del traslado del cadáver desde su vivienda hasta la sala de velaciones.
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">• Trasladar al fallecido y a dos miembros de la familia de la casa del cliente hasta las instalaciones de la empresa.• Cuidar el equipo de transporte (VAN) de la empresa.• Mantener actualizada su licencia.• Realizar el respectivo mantenimiento del vehículo.• Llevar un control de los gastos de la VAN.• Trasladar al fallecido al Campo Santo.• Responsable de arreglar la sala de velaciones.• Cargar (cosas del personal eventualmente).
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Rapidez en el servicio• Buenas relaciones interpersonales con el público y personal de la empresa
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Educación:<ul style="list-style-type: none">✓ Tener conocimientos básicos sobre manejo del vehículo, mecánica y cursos de adiestramiento.• Experiencia:<ul style="list-style-type: none">✓ Experiencia mínima de un año• Aptitudes:<ul style="list-style-type: none">✓ Buen trato en la atención a los clientes.✓ Destreza en el arreglo de la sala de velaciones.

Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 54

TÍTULO DEL PUESTO: Formolizador NIVEL JERÁRQUICO: Operativo NIVEL DE DEPENDENCIA: Gerente SUPERVISA: ----- CÓDIGO: 007
NATURALEZA DE TRABAJO: Es el encargado del proceso de preparación del cadáver.
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">• Preparar el cadáver.• Realizar formolizaciones.• Limpiar y guardar el material utilizado en la preparación del cadáver.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Rapidez en el servicio
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Educación:<ul style="list-style-type: none">✓ Tener los conocimientos necesarios que se requieren para el manejo de sustancias y equipo necesario para la preparación del cadáver.• Experiencia:<ul style="list-style-type: none">✓ Experiencia mínima de un año• Aptitudes:<ul style="list-style-type: none">✓ Destreza con las manos.✓ Buena capacidad visual.✓ Autodominio de sus emociones.

Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 55

TÍTULO DEL PUESTO: Auxiliar de Limpieza NIVEL JERÁRQUICO: Operativo NIVEL DE DEPENDENCIA: Gerente SUPERVISA: ----- CÓDIGO: 008
NATURALEZA DE TRABAJO: Es la persona encargada de la presentación adecuada tanto en las oficinas como la sala de velación de la Funeraria, manteniendo en todo momento un orden y limpieza en los materiales que utilice, teniendo permanentemente una conducta de respeto y orden frente a las normas de higiene y seguridad de la empresa.
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">• Mantener el aseo y limpieza de la funeraria.• Mantener el ambiente adecuado dentro de las instalaciones.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Rapidez en el servicio• Buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Educación:<ul style="list-style-type: none">✓ Debe tener como mínimo los conocimientos básicos. Por lo menos tener el certificado de secundaria.✓ Conocer las normas de calidad e higiene.• Experiencia:<ul style="list-style-type: none">✓ Experiencia mínima de un año• Aptitudes:<ul style="list-style-type: none">✓ Destreza con las manos.

Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 56

TÍTULO DEL PUESTO: Ayudante NIVEL JERÁRQUICO: Operativo NIVEL DE DEPENDENCIA: Gerente SUPERVISA: ----- CÓDIGO: 009
NATURALEZA DE TRABAJO: Atender al cliente y garantizar la satisfacción de éste, en cuanto a calidad del servicio.
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">• Dar la bienvenida a los clientes.• Ocuparse del servicio de cafetería durante el servicio de velación.• Recibir ligas de caridad y ofrendas florales por parte de los allegados del fallecido.• Ofrecer atención a los acompañantes de los familiares.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Rapidez en el servicio• Buenas relaciones interpersonales con el público y personal de la empresa.
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Educación:<ul style="list-style-type: none">✓ Estudios superiores Universitarios y/o Técnicos.• Experiencia:<ul style="list-style-type: none">✓ Experiencia mínima de un año• Aptitudes:<ul style="list-style-type: none">✓ Capacidad para un ofrecer un ambiente tranquilo, acogedor y muy cómodo para las familias que nos visitan.✓ Ser amables con los familiares y más allegados.

Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

ESTUDIO ECONÓMICO

7.5 ESTUDIO ECONÓMICO

El objetivo del desarrollo de este estudio es ordenar y sistematizar la información monetaria que proporcionará los estudios anteriores y elaborar cuadros analíticos que sirvan de base para la evaluación económica. En el caso de la funeraria se tomó en consideración los requerimientos de los activos fijos, diferidos y capital de trabajo, además los precios de todo el equipamiento necesario para la puesta en marcha del proyecto.

7.5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Dentro de las inversiones necesarias para cuantificar el proyecto en términos monetarios se tienen las siguientes:

7.5.1.1 INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, como: Edificaciones, Equipo y Maquinaria, Muebles y Enseres, Vehículo, Equipo de Computación y Equipo de oficina que sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en Administración y Ventas.

Dentro del presupuesto de inversiones en activos fijos se tiene los siguientes:

◆ TERRENO

Existe en el Cantón Yantzaza un terreno propio donde funcionará la Funeraria “El Último Adiós”, por lo tanto no se requiere de una inversión.

CUADRO N° 57

REQUERIMIENTO DE TERRENO

DETALLE	PRECIO COMERCIAL	COSTO TOTAL
Terreno 33x23 m ²	180.000,00	180.000,00
TOTAL		180.000,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

◆ CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIÓN DEL EDIFICIO

Este rubro comprende el costo de la construcción y adecuación de la sala de velación, oficinas administrativas, adicional se incluyen obras complementarias como vías internas, parqueadero para la VAN y otras similares, todo esto se lo realiza bajo las Normas de Arquitectura y Urbanismo.

CUADRO N° 58

REQUERIMIENTO PARA LA CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIÓN DEL EDIFICIO

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
300	MAMPOSTERIAS				
301	Cimiento de piedra	m ³	49,11	108,40	5323,52
302	Mampostería ladrillo mambreon de filo (29x14x9) cm	m ²	983,46	14,29	14053,64
400	ENLUCIDOS				
401	Enlucido de fajas (secciones de ancho <50cm)	M	457,60	2,63	1203,49
402	Enlucido vertical paleteado fino con (mortero 1:3)	m ²	165,48	7,56	1251,03
403	Empastado de paredes interiores	m ²	2014,23	2,97	5982,26
404	Empastado de paredes exteriores	m ²	385,49	3,38	1302,96

500	PISOS				
501	Contrapiso H.S. f'c=180 Kg/cm ² (Piedra e=15cm)	m ²	646,54	17,64	11404,97
502	Adoquín de cemento vehicular e=10 cm	m ²	113,46	29,62	3360,69
503	Adoquín de cemento ornamental e=6 cm	m ²	36,68	24,63	903,43
504	Barredera de madera a=6.5 cm	M	406,09	3,86	1567,51
505	Piso de porcelanato económico	m ²	540,27	28,39	15338,27
600	RECUBRIMIENTOS				
601	Pintura de caucho interior, 2 manos (costo medio)	m ²	1981,03	2,88	5705,37
602	Pintura de caucho exterior, 2 manos (costo medio)	m ²	385,49	3,42	1318,38
603	Cerámica en pared 20x30 cm (costo medio)	m ²	33,20	19,54	648,73
700	CARPINTERIA EN ALUMINIO Y VIDRIO				
701	Ventana corrediza de aluminio natural; vidrio claro 4mm	m ²	69,30	67,57	4682,60
702	Puerta de aluminio natural (50% aluminio 50% vidrio)	m ²	24,50	110,02	2695,49
800	CERRADURAS				
801	Cerradura llave_seguro instalada (costo medio)	U	18,00	57,79	1040,22
802	Cerradura de baño instalada (costo medio)	U	4,00	17,59	70,36
900	CARPINTERIA DE MADERA				
901	Mueble de cocina sencillo	M	3,60	169,52	610,27
902	Puerta de MDF 90 cm x 2.00m (lacado)	U	6,00	146,46	878,76
903	Puerta de MDF 70 cm x 2.00m (lacado)	U	3,00	134,49	403,47
1000	INSTALACIONES PARA AGUA POTABLE				
1001	Punto de agua fría PVC 1/2"	Pto	14,00	15,63	218,82
1002	Tubería agua fría PVC 1/2"	M	29,78	2,40	71,47
1003	Tubería agua fría PVC 3/4"	M	25,31	4,29	108,58
1004	Valvualcheck de 1/2"	U	1,00	17,60	17,60
1005	Llave de paso cortadora de 1/2"	U	6,00	16,53	99,18
1100	INSTALACIONES SANITARIAS				
1101	Punto de desague PVC 50mm con tubería y accesorios	Pto	14,00	19,96	279,44
1102	punto de desague PVC 110mm con tubería y accesorios	Pto	4,00	35,52	142,08
1103	Tubería de desague PVC 110mm	M	37,39	6,35	237,43
1104	Bajante de agua lluvias PVC 110mm	M	90,79	10,89	988,70
1105	Rejilla interior de piso 50mm	U	5,00	2,46	12,30
1200	INSTALACIONES ELECTRICAS				
1201	Tubería conduit 3/4"	M	128,24	0,80	102,59

1202	Tablero de control 4-8 puntos	U	1,00	57,44	57,44
1203	Iluminación	Pto	56,00	22,39	1253,84
1204	Tomacorriente normal 110V	Pto	60,00	28,59	1715,40
1205	Tomacorriente especial polarizado 110V	Pto	20,00	30,87	617,40
1206	Luminaria 2 x 40 V (suministro e instalación)	U	26,00	55,93	1454,18
1207	Luminaria 4 x 40 V (suministro e instalación)	U	89,00	72,73	6472,97
1208	Salida para teléfono	Pto	6,00	13,57	81,42
1209	Puesta a tierra	Pto	1,00	27,73	27,73
1300	ACCESORIOS SANITARIOS Y DE COCINA				
1301	Lavamanos completo blanco (sin grifería)	U	5,00	38,42	192,10
1302	Inodoro tanque bajo cacique blanco	U	5,00	82,95	414,75
1303	Urinario de losa blanca (económico sin grifería)	U	2,00	69,02	138,04
1304	Fregadero de un pozo 67 x 43 cm (sin grifería)	U	2,00	88,84	177,68
1400	OBRAS COMPLEMENTARIAS				
1401	Limpieza final de obra	m ²	150,00	2,48	372,00
1500	VARIOS				
TOTAL					94.998,56

Fuente: Arq. Ximena González

Elaborado por: Arq. Ximena González

◆ MUEBLES Y ENSERES DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Las necesidades de muebles y enseres para el área administrativa y el área de servicios se cuantifican en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 59

REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Escritorios Estilo Ejecutivo	3	209,82	629,46
Sillón Ejecutivo	1	200,89	200,89
Sillas giratorias de oficina	2	80,36	160,72
Sillas de espera	6	40,18	241,07
Archivadores Grandes	1	174,11	174,11
Archivador Pequeño	2	156,25	312,50
Basureros	4	5,50	22,00
ÁREA DE SERVICIOS			
Sillas para la sala de velaciones	120	50,22	6.026,40
Basureros	9	5,50	49,50
Cama	1	446,43	446,43
Camilla para trasladar el cuerpo	1	45,00	45,00
Sala de Estar	1	803,57	803,57
Sofá Cama	1	232,14	232,14
Taburetes grandes	6	7,50	45,00
SUBTOTAL			9.388,80
IVA 12%			1.126,66
TOTAL			10.515,45

Fuente: Comercial Amoblar y Oficinas Integral

Elaborado por: Las Autoras

◆ EQUIPOS Y MAQUINARIA

Tiene que ver al conjunto de maquinaria e instalaciones necesarias para realizar el proceso transformador; las cuales para la Funeraria “El Último Adiós” deberán ser de alta calidad para que a su vez todos los servicios entregados sean adecuados. En este caso se utilizará la Bomba para Formolizar al cadáver y la Capilla ardiente la cual está conformada por: 6

porta bombillos, 6 esferas, 2 andas, 2 porta floreros medianos, 2 floreros, 1 base de cruz y una cruz de metal con cristo de aluminio.

CUADRO N° 60

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS Y MAQUINARIA

EQUIPOS Y MAQUINARIA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Bomba para la Formolización	1	40,00	40,00
Capilla Ardiente	1	1.930,00	1.930,00
SUBTOTAL			1.970,00
IVA 12%			236,40
TOTAL			2.206,40

Fuente: Orfebrería Metálica Ambato

Elaborado por: Las Autoras

◆ VEHÍCULO

La empresa de acuerdo a su planeamiento estratégico adquiere para el primer año 1 vehículo que será destinado para brindar su Servicio Exequial en el transporte del féretro.

CUADRO N° 61

REQUERIMIENTO DE VEHÍCULO

DETALLE	MARCA	CANTIDAD	VALOR TOTAL
VAN H-1	Hyundai	1	25.000,00
SUBTOTAL			25.000,00
IVA 12%			3.000,00
TOTAL			28.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

◆ EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Registra el precio de monitores, impresoras, etc. y más equipos de cómputo de uso de la empresa.

CUADRO N° 62

REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

EQUIPO DE COMPUTACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora + Impresora	3	569,20	1.707,60
SUBTOTAL			1.707,60
IVA 12%			204,91
TOTAL			1.912,51

Fuente: Master PC

Elaborado por: Las Autoras

◆ EQUIPO DE OFICINA

Se incluyen todos los valores correspondientes a teléfonos, sumadoras que harán posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente.

CUADRO N° 63

REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sumadora	2	40,00	80,00
Teléfono Inalámbrico de dos bases	2	69,00	138,00
Teléfono/Fax	1	183,00	183,00
SUBTOTAL			401,00
IVA 12%			48,12
TOTAL			449,12

Fuente: Comercial Electro Hogar

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 64

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	COSTO TOTAL
Terreno	180.000,00
Construcción y adecuación del Edificio	94.998,56
Muebles y Enseres	10.515,45
Equipo y Maquinaria	2.206,40
Vehículo	28.000,00
Equipo de Computación	1.912,51
Equipo de Oficina	449,12
TOTAL	318.082,04

Fuente: Cuadro N° 57- 63

Elaborado por: Las Autoras

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

Representa la pérdida de valor de los activos fijos producto de su utilización en las diferentes actividades: administrativas y operativas.

Para calcular la depreciación de los activos fijos se lo hace mediante el cálculo del método de línea recta tomando en cuenta la vida útil del bien como es: 20 años para la Construcción y Adecuación del Edificio, 10 años para la Maquinaria y Equipo, 5 años para el Vehículo, 10 años para los Muebles y Enseres, 10 años para el Equipo de Oficina y 3 años para el Equipo de Computación.

En el siguiente cuadro se puede observar el cálculo de la depreciación de los Activos Fijos.

CUADRO N° 65

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

RUBRO	VALOR LIBROS	AÑOS VIDA ÚTIL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL
Remodelación (Construcción y Adecuación del Edificio)	94.998,56	20	5%	4.512,43	4.749,93
Muebles y Enseres	10.515,45	10	10%	946,39	1.051,55
Equipo y Maquinaria	2.206,40	10	10%	198,58	220,64
Vehículo	28.000,00	5	20%	4.480,00	5.600,00
Equipo de Computación	1.912,51	3	33.33%	425,02	637,44
Equipo de Oficina	449,12	10	10%	40,42	44,91
TOTAL	138.082,04	-	-	10.602,84	12.304,47

Fuente: Anexo N°3,4,5,6,7,8

Elaborado por: Las Autoras

7.5.1.2 INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Estas inversiones se las realiza sobre Activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto y son susceptibles de amortización. La funeraria “El Ultimo Adiós” incurrirá en el gasto de los siguientes Activos Diferidos.

CUADRO N° 66

ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	COSTO TOTAL
Permiso de Bomberos	8,00
Patente Municipal	280,00
Estudio Preliminar	500,00
Gastos de Constitución	300,00
TOTAL	1.088,00

Fuente: Municipio Yantzaza

Elaborado por: Las Autoras

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Constituye la operación mediante la cual se va reduciendo el valor de las inmobilizaciones que se van depreciando con el paso del tiempo. Las amortizaciones permiten recuperar las inversiones diferidas que se hicieron antes de la puesta en marcha del proyecto.

La liquidación de los activos diferidos se realiza dividiendo el monto de activos diferidos para los 10 años de vida útil de duración del proyecto, este proceso se realiza a continuación:

CUADRO N° 67

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

RUBRO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Permiso de Bomberos	8,00	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80
Patente Municipal	280,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00
Estudio Preliminar	500,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Gastos de Constitución	300,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
TOTAL	1.088,00	108,80									

Fuente: Cuadro N° 66

Elaborado por: Las Autoras

7.5.1.3 INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

La implementación de la Funeraria “El Último Adiós” en el Cantón Yantzaza, estará determinada por los valores contables en los que debe incurrir. Comprenden las remuneraciones a los empleados, servicios básicos, publicidad y propaganda, etc.

◆ MATERIA PRIMA DIRECTA

El gasto estimado por gastos referidos a todos aquellos que intervienen directamente para la prestación del servicio.

CUADRO N° 68

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

PAQUETE BÁSICO

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO PRECIO FINAL	COSTO TOTAL
PARA LA SALA DE VELACIÓN			
Ataúdes Haurora II	259 Unidades	150,00	38.850,00
Arreglos Florales	777 Unidades	9,00	6.993,00
Servicio de Cafetería	259 Paquetes	23,76	6.153,84
PARA LA PREPARACIÓN DEL CADÁVER			
Formol Galón	259 Galones	9,42	2.439,78
Bisturí	259 Unidades	0,20	51,80
Algodón paquete grande	10 Paquetes	2,30	23,00
Venocclisis	259 Unidades	0,50	129,5
Set de maquillaje	1 Set	26,45	26,45
TOTAL			54.667,37

Fuente: Representaciones León, Funeraria Nuevas Formas Artesanos- Carpinteros.

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 69**PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA****PAQUETE ESPECIAL**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PARA LA SALA DE VELACIÓN			
Ataúdes Paraíso	43 Unidades	195	8.385,00
Arreglos Florales	129 Unidades	9,00	1.161,00
Servicio de Cafetería	43 Paquetes	23,76	1.021,68
PARA LA PREPARACIÓN DEL CADÁVER			
Formol Galón	43 Galones	9,42	405,06
Bisturí	43 Unidades	0,20	8,6
Algodón paquete grande	2 Paquetes	2,30	4,60
Venoclisis	43 Unidades	0,50	21,5
Set de maquillaje	1 Set	26,45	26,45
TOTAL			11.033,89

Fuente: Representaciones León, Funeraria Nuevas Formas Artesanos- Carpinteros

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 70**PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA****PAQUETE PREMIUM**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PARA LA SALA DE VELACIÓN			
Ataúdes Elipse	18 Unidades	195	3.510,00
Arreglos Florales	54 Unidades	9,00	486,00
Servicio de Cafetería	18 Paquetes	37,52	675,36
PARA LA PREPARACIÓN DEL CADÁVER			
Formol Galón	18 Galones	9,42	169,56
Bisturí	18 Unidades	0,20	3,60

Algodón paquete grande	1 Paquete	2,30	2,30
Venoclisis	18 Unidades	0,50	9,00
Set de maquillaje	1 Set	26,45	26,45
TOTAL			4.882,27

Fuente: Representaciones León, Funeraria Nuevas Formas Artesanos- Carpinteros

Elaborado por: Las Autoras

◆ MATERIALES INDIRECTOS

Son todos los insumos indirectos que se utilizará para el proceso de generación del Servicio Exequial.

CUADRO N° 71

PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS

PAQUETE BÁSICO

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PARA LA SALA DE VELACIÓN			
Servilletas paquete de 100 unidades	259	0,30	77,70
Vasos desechables térmicos paquete de 100 unidades	259	3,60	932,40
PARA LA PREPARACIÓN DEL CADÁVER			
Gorros de Tela	2	3,58	7,16
Mandiles	1	24,45	24,45
Mascarillas de Tela	2	1,25	2,50
Guantes	259	0,15	38,85
TOTAL			1.083,06

Fuente: Almacenes Tía y Almacén IAFA

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 72
PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS
PAQUETE ESPECIAL

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PARA LA SALA DE VELACIÓN			
Servilletas paquete de 100 unidades	43	0,30	12,90
Vasos desechables térmicos paquete de 25 unidades	43	3,60	154,80
PARA LA PREPARACIÓN DEL CADÁVER			
Gorros de Tela	1	3,58	3,58
Mandiles	1	24,45	24,45
Mascarillas de Tela	1	1,25	1,25
Guantes	43	0,15	6,45
TOTAL			203,43

Fuente: Almacenes Tía y Almacén IAFA
Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 73
PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS
PAQUETE PREMIUM

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PARA LA SALA DE VELACIÓN			
Servilletas paquete de 100 unidades	18	0,30	5,40
Vasos desechables térmicos paquete de 25 unidades	18	7,20	129,60
PARA LA PREPARACIÓN DEL CADÁVER			
Gorros de Tela	1	3,58	3,58
Mascarillas de Tela	1	1,25	1,25

Guantes	18	0,15	2,70
TOTAL			142,53

Fuente: Almacenes Tía y Almacén IAFA

Elaborado por: Las Autoras

◆ **MANO DE OBRA DIRECTA**

Son las personas que están directamente involucradas en la prestación del servicio exclusivo de la Funeraria “El Último Adiós”.

CUADRO N° 74

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

N°	CARGO	R.M.U	DÉCIMO TERCERA REMUNERACIÓN	DÉCIMO CUARTA REMUNERACIÓN	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL PROVISIONES	APORTE PATRONAL IESS 11,15%	SECAP 0,05%	IECE 0,05 %	TOTAL EGRESOS MENSUAL	TOTAL EGRESOS ANUAL
1	Formolizador	293,46	24,46	24,33	12,23	24,46	85,47	32,72	0,15	0,15	411,95	4943,34
2	Chofer	293,46	24,46	24,33	12,23	24,46	85,47	32,72	0,15	0,15	411,95	4943,34
3	Ayudante Auxiliar de Limpieza	292,00	24,33	24,33	12,17	24,33	85,17	32,56	0,15	0,15	410,02	4920,20
4		292,29	24,36	24,33	12,18	24,36	85,23	32,59	0,15	0,15	410,40	4924,80
TOTAL											1.644,31	19.731,68

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, IESS

Elaborado por: Las Autoras

◆ SERVICIOS BÁSICOS

Dentro de los servicios básicos necesarios para el funcionamiento de toda la empresa se tiene a los siguientes:

CUADRO N° 75

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIOS BÁSICOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL	IVA 12%	TOTAL
Pago de energía eléctrica	kw/h	301 en adelante	0,08	24,08	288,96	-	288,96
Agua	m ³	-	-	2,37	28,44	-	28,44
Teléfono	Global	-	-	6,20	74,40	8,93	83,33
Internet	Global	-	-	18,00	216,00	25,92	241,92
TOTAL							642,65

Fuente: Empresa Eléctrica De Yantzaza, Municipio, CNT

Elaborado por: Las Autoras

◆ SUMINISTROS DE OFICINA

Los suministros de oficina, enseres necesarios para el desarrollo de las actividades son los siguientes:

CUADRO N° 76

REQUERIMIENTO DE SUMINISTROS DE OFICINA

SUMINISTROS DE OFICINA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Resmas de papel bond 500 hojas (Paquete)	1	3,30	3,30	39,60
Esferos – Caja de 48 unidades	1	8,64	-	8,64
Cartuchos de tinta negro y a color	6	22,00	-	132,00
Sobres manila oficio (Paquete de 100 unidades)	1	6,00	-	6,00
Papel Fax	6	1,16	-	6,96
Papel sumadora	12	0,22	-	2,64

Sello con logotipo	3	18,00	-	54,00
Sello con fechero	1	22,00	-	22,00
Tintero	6	3,00	-	18,00
Liquidpaper	3	1,00	-	3,00
Cinta scotch pequeña paquete de 20 unidades	1	2,00	-	2,00
Grapadora	3	9,65	-	28,95
Grapas (caja)	4	0,80	-	3,20
Perforadora	2	2,30	-	4,60
Clips (caja)	4	0,50	-	2,00
Saca grapas	3	0,33	-	0,99
Carpetas con logotipo	180	0,65	-	117,00
Borradores caja de 20 unidades	1	0,10	-	2,00
Goma	2	0,60	-	1,20
Factureros de 100 unidades	2	10,00	-	20,00
Carpetas Archivadoras Grandes	5	1,90	-	9,50
Porta cinta	2	1,43	-	2,86
Resaltadores	9	0,36	-	3,24
SUBTOTAL				490,38
IVA 12%				58,85
TOTAL				549,23

Fuente: Gráficas Santiago y Almacenes Tía

Elaborado por: Las Autoras

◆ MATERIALES DE ASEO

Dicho concepto constituye los recursos expresados en materiales necesarios para la limpieza de las instalaciones de la Funeraria “El Último Adiós”, como se demuestra en el Cuadro N° 77.

CUADRO N° 77

REQUERIMIENTO DE MATERIALES DE ASEO

MATERIALES DE ASEO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
ÁREA ADMINISTRATIVA				
Papel higiénico de 2 unidades	1	5,25	5,25	63,00
Porta papel higiénico	1	21,15	-	21,15
Porta jabón liquido	1	21,15	-	21,15
Limpiador tips tanque pastilla paquete de 1 unidad	1	1,78	1,78	21,36
Jabón de tocador (funda)	1	2,65	2,65	31,80
ÁREA DE SERVICIOS				
Escobas	4	2,41	-	9,64
Recogedores	2	2,00	-	4,00
Desinfectante Biosol	1	4,00	-	48,00
Cloro Galón	1	3,00	-	36,00
Fundas de basura (paquetes de 20 unidades)	1	2,00	2,00	24,00
Cepillo para sanitario	4	1,86	-	7,44
Trapeadores	3	3,59	-	10,77
Trapeador con mango y Sujetador	1	17,85	-	17,85
Desinfectantes de 2 Litros	1	6,00	6,00	72,00
Papel higiénico de 4 unidades	1	10,50	10,50	126,00
Porta papel higiénico	3	21,15	-	63,45
Porta toallas desechables	2	23,70	-	47,40
Porta jabón liquido	2	21,15	-	42,30
Guantes	1	1,53	1,53	18,36
Limpiador tips tanque pastilla paquete de 1 unidad	3	1,78	5,34	64,08
Jabón de tocador (funda)	2	2,65	5,30	63,60
Toallas Desechables paquete de 1 unidad	4	3,20	12,80	153,60
SUBTOTAL				966,95
IVA 12%				116,03
TOTAL				1.082,98

Fuente: Almacenes Tía y Representaciones León

Elaborado por: Las Autoras

◆ PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Toda empresa requiere de publicidad y propaganda para hacerse conocer en el mercado, es por ello que con el objetivo de hacerles conocer a las familias del Cantón Yantzaza acerca de la empresa de servicios Exequiales, requerimos de cuñas publicitarias; mismas que serán anunciados 8 veces al día de lunes a sábado durante un mes por medio de la Radio Romántica, además hojas volantes y anuncios en Diario la Hora.

CUADRO N° 78

REQUERIMIENTO DE PUBLICIDAD PARA LA APERTURA DE LA FUNERARIA “EL ÚLTIMO ADIÓS”

PUBLICIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cuñas publicitarias en Radio Romántica	192 cuñas al mes	-	180,00
Publicación en Diario la Hora x 2 semanas	4 publicaciones	26,70	106,80
Hojas volantes	500	-	100,00
SUBTOTAL			386,80
IVA 12%			46,42
TOTAL			433,22

Fuente: Diario la Hora, Imprenta Santiago

Elaborado por: Las Autoras

◆ **COMBUSTIBLES**

CUADRO N° 79

REQUERIMIENTO DE COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO

DETALLE	COSTO MENSUAL	CONTO ANUAL
Combustible	40,00	480,00
Lavado y mantenimiento	20,13	241,56
SUBTOTAL		721,56
IVA 12%		86,59
TOTAL		808,15

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

◆ **EQUIPO DE SERVICIOS**

CUADRO N° 80

REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE SERVICIO

EQUIPO DE SERVICIO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Dispensador de agua	1	100,00	100,00
ÁREA DE SERVICIOS			
Micrófono	1	137,00	137,00
Cafeteras	2	60,00	120,00
Dispensador de agua	1	100,00	100,00
Microondas	1	199,00	199,00
Charoles	4	10,00	40,00
Tanque de Gas	1	60,00	60,00
SUBTOTAL			756,00
IVA 12%			90,72
TOTAL			846,72

Fuente: Almacenes TVentas Loja.

Elaborado por: Las Autoras

◆ REMUNERACION ADMINISTRATIVA

La empresa contará con 3 administrativos, el Gerente y la Secretaria-Contadora y Abogado Provisional para lo cual se necesita una inversión que se detalla a continuación:

CUADRO N°81

RESUMEN PERSONAL ADMINISTRATIVO

N°	CARGO	R.M.U	DÉCIMO TERCERA REMUNERACIÓN	DÉCIMO CUARTA REMUNERACIÓN	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL PROVISIONES	APORTE PATRONAL IESS 11,15%	SECAP 0,05%	IECE 0,05 %	TOTAL EGRESOS MENSUAL	TOTAL EGRESOS ANUAL
1	Gerente	372,72	31,06	24,33	15,53	31,06	101,98	41,56	0,19	0,19	516,63	6.199,61
2	Secretaria-Contadora	293,75	24,48	24,33	12,24	24,48	85,53	32,75	0,15	0,15	412,33	4.947,94
3	Asesor Jurídico	292,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	292,00	1.168,00
TOTAL											1.220,96	12.315,55

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, IESS

Elaborado por: Las Autoras

◆ REMUNERACIÓN PERSONAL DE VENTAS

La empresa contará con 1 persona encargada del Departamento de Ventas para lo cual se necesita una inversión que se detalla a continuación:

CUADRO N°82

RESUMEN PERSONAL DE VENTAS

N°	CARGO	R.M.U	DÉCIMO TERCERA REMUNERACIÓN	DÉCIMO CUARTA REMUNERACIÓN	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL PROVISIONES	APORTE PATRONAL IESS 11,15%	SECAP 0,05%	IECE 0,05 %	TOTAL EGRESOS MENSUAL	TOTAL EGRESOS ANUAL
1	Departamento de Ventas	292,87	24,41	24,33	12,20	24,41	85,35	32,66	0,15	0,15	411,17	4.933,99
TOTAL											411,17	4.933,99

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, IESS

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N°83

RESUMEN DE CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TRIMESTRAL
Materia Prima Directa	70.583,53	17.645,88
Materiales Indirectos	1.429,02	357,26
Mano de Obra Directa	19.731,68	4.932,92
Servicios Básicos	642,65	160,66
Suministros de Oficina	549,23	137,31
Materiales de Aseo	1.082,98	270,75
Amortización de Activos Diferidos	108,80	27,20
Publicidad y Propaganda	433,22	108,31
Combustible	808,15	202,04
Equipo de Servicio	846,72	211,68
Sueldo Administración	12.315,55	3.078,89
Sueldo Ventas	4.933,99	1.233,50
TOTAL	113.465,52	28.366,38

Fuente: Cuadro N° 68-82

Elaborado por: Las Autoras.

7.5.1.4 RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

En el siguiente cuadro se presenta el monto de inversión total que se requiere para la puesta en marcha del proyecto de factibilidad; así como cada una de las partidas que lo conforman con sus respectivos montos y detalles.

El detalle de estas características se realiza en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 84

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

DETALLE	TOTAL INVERSION
ACTIVOS FIJOS	
Construcción y adecuación del Edificio	94.998,56
Muebles y Enseres	10.515,45
Equipo y Maquinaria	2.206,40
Vehículo	28.000,00
Equipo de Computación	1.912,51
Equipo de Oficina	449,12
TOTAL ACTIVO FIJO	138.082,04
ACTIVO DIFERIDO	
Permiso de Bomberos	8,00
Patente Municipal	280,00
Estudio Preliminar	500,00
Gastos de Constitución	300,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	1.088,00
TOTAL DE ACTIVOS	139.170,04
GASTO CAPITAL DE TRABAJO	
Materia Prima Directa	17.645,88
Materiales Indirectos	357,26
Mano de Obra Directa	4.932,92
Servicios Básicos	160,66
Suministros de Oficina	137,31
Materiales de Aseo	270,75
Amortización de Activos Diferidos	27,20
Publicidad y Propaganda	108,31
Combustible	202,04
Equipo de Servicio	211,68
Sueldo Administración	3.078,89
Sueldo Ventas	1.233,50
TOTAL GASTO CAPITAL DE TRABAJO	28.366,38
TOTAL GASTO Y ACTIVO	167.536,42

Fuente: Cuadro N° 64, 66, 83

Elaborado por: Las Autoras

Para el resumen de inversiones no se tomó en cuenta el valor del terreno ya que es propio.

7.5.1.5 FINANCIAMIENTO

Debido al interés de las personas de que se cree una empresa de servicios Exequiales, a la significancia que representa un proyecto de tal magnitud y que para ello como se observa el grado de endeudamiento es elevado, se considerara conveniente dar a conocer el supuesto de 5 personas allegadas e interesadas que están dispuestas hacer partícipes de este proyecto a implementarse en el Cantón Yantzaza los cuales aportarán de manera voluntaria con el 22% cada uno de ellos, para lo cual el proyecto requerirá de dicha inversión inicial; además de ello se hará uso del apalancamiento financiero a través de una institución financiera de la localidad.

Por ello el financiamiento de las Inversiones para el funcionamiento del Proyecto, será provisto de dos fuentes importantes.

CUADRO N° 85

DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
Financiamiento	130.000,00	78 %
Recursos Propios	37.536,42	22 %
TOTAL	167.536,42	100 %

Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

Recursos Propios: Se pretende cubrir el 22%

Recursos de Terceros: Seguidamente se detalla la tabla de amortización anual del préstamo a solicitar.



FINANCIAMIENTO No.1	
Crédito	130,000.00
Plazo	20
Gracia	
Tasa interés	10.00%
Forma de pago	Trimestral
Tipo de Tabla	Decreciente

TABLA DE AMORTIZACIÓN CUOTA DECRECIENTE				
Período	Amortización	Saldo Inicial	Interés	Cuota
1	6500.00	130000.00	3250.00	9750.00
2	6500.00	123500.00	3087.50	9587.50
3	6500.00	117000.00	2925.00	9425.00
4	6500.00	110500.00	2762.50	9262.50
5	6500.00	104000.00	2600.00	9100.00
6	6500.00	97500.00	2437.50	8937.50
7	6500.00	91000.00	2275.00	8775.00
8	6500.00	84500.00	2112.50	8612.50
9	6500.00	78000.00	1950.00	8450.00
10	6500.00	71500.00	1787.50	8287.50
11	6500.00	65000.00	1625.00	8125.00
12	6500.00	58500.00	1462.50	7962.50
13	6500.00	52000.00	1300.00	7800.00
14	6500.00	45500.00	1137.50	7637.50
15	6500.00	39000.00	975.00	7475.00
16	6500.00	32500.00	812.50	7312.50
17	6500.00	26000.00	650.00	7150.00
18	6500.00	19500.00	487.50	6987.50
19	6500.00	13000.00	325.00	6825.00
20	6500.00	6500.00	162.50	6662.50
	130.000,00		34.125,00	164.125,00

Fuente: Ing. Yolanda Campoverde

Elaborado por: Las Autoras

REQUISITOS PARA SOLICITAR EL CRÉDITO:

- ◆ Copia de cédula de solicitante y cónyuge
- ◆ Copia de cédula de garante y cónyuge

- ◆ Copia de certificado de votación de solicitante y cónyuge
- ◆ Copia de certificado de votación de garante y cónyuge
- ◆ Copia de la planilla de pago de agua, luz o teléfono de solicitante
- ◆ Copia de la planilla de pago de agua, luz o teléfono de garante
- ◆ Copia de libreta de ahorros del solicitante
- ◆ Certificado de ingresos o rol de pagos de garante y cónyuge si trabaja en Institución Pública o Privada, independiente RUC o RISE
- ◆ Copia del pago de predio Urbano o Rural de garante
- ◆ Original de Proforma o Cotización de lo que va adquirir para la inversión de casas comerciales o proveedores
- ◆ Copia de RUC última declaración o RISE el último pago
- ◆ Contrato de arriendo si el lugar de inversión no es propio
- ◆ Permiso de funcionamiento y copia de pago de patente municipal

7.5.1.6 DETERMINACIÓN DE COSTOS

La determinación de costos surge como consecuencia lógica y fundamental del propio estudio técnico, ya que el estudio permitirá determinar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios, con lo cual se estará determinando la cantidad de recursos, monetarios que exige el proyecto en su vida útil.

Para el cálculo de los materiales se tomará en cuenta un incremento del 4.93% que corresponde a la inflación y así mismo un incremento salarial del 4.93% anual.

CUADRO N° 86

PRESUPUESTO DE COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO DEL SERVICIO										
Materia Prima Directa	70.583,53	74.063,30	77.714,62	81.545,95	85.566,16	89.784,58	94.210,96	98.855,56	103.729,14	108.842,98
Materiales Indirectos	1.429,02	1.499,47	1.573,39	1.650,96	1.732,36	1.817,76	1.907,38	2.001,41	2.100,08	2.203,61
Mano de Obra Directa	19.731,68	20.704,45	21.725,18	22.796,23	23.920,09	25.099,35	26.336,75	27.635,15	28.997,56	30.427,14
Equipo de Servicio	846,72	888,46	932,26	978,23	1.026,45	1.077,06	1.130,15	1.185,87	1.244,33	1.305,68
Combustible	808,15	847,99	889,80	933,66	979,69	1.027,99	1.078,67	1.131,85	1.187,65	1.246,20
Depreciación Construcción y adecuación del Edificio	451,43	451,43	451,43	451,43	451,43	451,43	451,43	451,43	451,43	451,43
Depreciación de Equipo y Maquinaria	198,58	198,58	198,58	198,58	198,58	198,58	198,58	198,58	198,58	198,58
Depreciación de Vehículo	4.480,00	4.480,00	4.480,00	4.480,00	4.480,00	4.480,00	4.480,00	4.480,00	4.480,00	4.480,00
COSTO TOTAL DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	98.529,11	103.133,69	107.965,27	113.035,05	118.354,76	123.936,74	129.793,92	135.939,85	142.388,77	149.155,63
COSTO DE OPERACIÓN										
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN										
Sueldo Administración	12.315,55	12.922,71	13.559,80	14.228,29	14.929,75	15.665,79	16.438,11	17.248,51	18.098,86	18.991,13
Servicios Básicos	642,65	674,33	707,58	742,46	779,06	817,47	857,77	900,06	944,43	991,00
Suministros de Oficina	549,23	576,31	604,72	634,53	665,81	698,64	733,08	769,22	807,15	846,94
Materiales de Aseo	1.082,98	1.136,37	1.192,39	1.251,18	1.312,86	1.377,59	1.445,50	1.516,76	1.591,54	1.670,00
Depreciación de Muebles y Enseres	946,39	946,39	946,39	946,39	946,39	946,39	946,39	946,39	946,39	946,39
Depreciación de Equipo de Computación	425,02	425,02	425,02	425,02	425,02	425,02	425,02	425,02	425,02	425,02
Depreciación de Equipo de Oficina	40,42	40,42	40,42	40,42	40,42	40,42	40,42	40,42	40,42	40,42
Amortización de Activos Diferidos	108,80	108,80	108,80	108,80	108,80	108,80	108,80	108,80	108,80	108,80

TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	16.111,04	16.830,35	17.585,12	18.377,10	19.099,32	20.080,11	20.995,09	21.955,19	22.962,61	24.019,70
GASTOS EN VENTAS										
Publicidad y Propaganda	433,22	454,58	476,99	500,50	525,18	551,07	578,24	606,75	636,66	668,04
Sueldo Ventas	4.933,99	5.177,24	5.432,47	5.700,29	5.981,32	6.276,20	6.585,61	6.910,29	7.250,96	7.608,43
TOTAL GASTOS DE VENTAS	5.367,21	5.631,81	5.909,46	6.200,80	6.506,50	6.827,27	7.163,85	7.517,03	7.887,62	8.276,48
GASTOS FINANCIEROS										
Interés por préstamo	12.025,00	9.425,00	6.825,00	4.225,00	1.625,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	12.025,00	9.425,00	6.825,00	4.225,00	1.625,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	33.503,25	31.887,16	30.319,58	28.802,89	27.230,82	26.907,38	28.158,95	29.472,22	30.850,23	32.296,18
COSTO TOTAL DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	132.032,36	135.020,85	138.284,84	141.837,94	145.585,58	150.844,12	157.952,86	165.412,06	173.239,00	181.451,81

Fuente: Cuadro N° 65, 83

Elaborado por: Las Autoras.

COSTO UNITARIO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Para calcular los costos unitarios del servicio, se establece la relación entre el costo total y el número de usuarios que tendrá la Funeraria anualmente, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$COSTO \cdot UNITARIO = \frac{COSTO \cdot TOTAL}{N^{\circ} \cdot De \cdot Usuarios}$$

$$COSTO \cdot UNITARIO = \frac{95.063,30}{259}$$

$$COSTO \cdot UNITARIO = \$367.04$$

A continuación en el siguiente cuadro se detalla el costo unitario de prestación del servicio para los años de vida útil de la Funeraria “El Último Adiós”:

CUADRO N° 87 COSTO UNITARIO PAQUETE BÁSICO

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	N° DE SERVICIOS PRESTADOS	COSTO UNITARIO DEL SERVICIO
1	95.063,30	259	367,04
2	97.215,01	259	375,35
3	99.565,08	259	384,42
4	102.123,32	259	394,30
5	104.821,62	259	404,72
6	108.607,77	259	419,34
7	113.726,06	259	439,10
8	119.096,68	259	459,83
9	124.732,08	259	481,59
10	130.645,30	259	504,42

Fuente: Cuadro N° 33, 86

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N°88
COSTO UNITARIO
PAQUETE ESPECIAL

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	N° DE SERVICIOS PRESTADOS	COSTO UNITARIO DEL SERVICIO
1	23.765,82	43	552,69
2	24.303,75	43	565,20
3	24.891,27	43	578,87
4	25.530,83	43	593,74
5	26.205,40	43	609,43
6	27.151,94	43	631,44
7	28.431,51	43	661,20
8	29.774,17	43	692,42
9	31.183,02	43	725,19
10	32.661,33	43	759,57

Fuente: Cuadro N° 36, 86
Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 89
COSTO UNITARIO
PAQUETE PREMIUM

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	N° DE SERVICIOS PRESTADOS	COSTO UNITARIO DEL SERVICIO
1	13.203,24	18	733,51
2	13.502,09	18	750,12
3	13.828,48	18	768,25
4	14.183,79	18	787,99
5	14.558,56	18	808,81
6	15.084,41	18	838,02
7	15.795,29	18	877,52
8	16.541,21	18	918,96

9	17.323,90	18	962,44
10	18.145,18	18	1.008,07

Fuente: Cuadro N° 39, 86

Elaborado por: Las Autoras

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Para establecer el precio de venta al público se debe considerar como base el costo unitario del servicio al cual se agregará un margen de utilidad. Para el caso del Paquete Básico la empresa tendrá un margen de utilidad del 65% para los 10 años de vida útil del proyecto.

CUADRO N° 90

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

PAQUETE BÁSICO

AÑOS	COSTO UNITARIO DEL SERVICIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO
1	367,04	65%	605,62
2	375,35	65%	619,33
3	384,42	65%	634,29
4	394,30	65%	650,60
5	404,72	65%	667,79
6	419,34	65%	691,91
7	439,10	65%	724,52
8	459,83	65%	758,72
9	481,59	65%	794,62
10	504,42	65%	832,29

Fuente: Cuadro N° 87

Elaborado por: Las Autoras

Para el caso del Paquete Especial el margen de utilidad que la funeraria tendrá será del 46% para cada uno de los 10 años de vida.

CUADRO N° 91
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO
PAQUETE ESPECIAL

AÑOS	COSTO UNITARIO DEL SERVICIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO
1	552,69	46%	806,93
2	565,20	46%	825,19
3	578,87	46%	845,15
4	593,74	46%	866,86
5	609,43	46%	889,77
6	631,44	46%	921,90
7	661,20	46%	965,35
8	692,42	46%	1.010,93
9	725,19	46%	1.058,78
10	759,57	46%	1.108,97

Fuente: Cuadro N° 88
Elaborado por: Las Autoras

Y en el caso del Paquete Premium el margen de utilidad que se obtendrá es del 38% para cada uno de los años de vida del proyecto.

CUADRO N° 92
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO
PAQUETE PREMIUM

AÑOS	COSTO UNITARIO DEL SERVICIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO
1	733,51	38%	1.012,24
2	750,12	38%	1.035,17
3	768,25	38%	1.060,19
4	787,99	38%	1.087,43
5	808,81	38%	1.116,16

6	838,02	38%	1.156,47
7	877,52	38%	1.210,98
8	918,96	38%	1.268,16
9	962,44	38%	1.328,17
10	1.008,07	38%	1.391,14

Fuente: Cuadro N° 89

Elaborado por: Las Autoras

INGRESOS POR VENTAS

PAQUETE BÁSICO

Los ingresos que generará el proyecto, corresponden básicamente a la venta de los servicios tanto al contado como ha diferido a 1 año plazo con cuotas mensuales ya que fue la de mayor aceptación mediante la encuesta aplicada a la Población Económicamente Activa del Cantón Yantzaza. Ver cuadro N°19.

Para determinar el ingreso por ventas al contado se multiplica el precio de venta al público por el número de fallecidos que se calcula se va a obtener, todo mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{I.P.V.} = \text{PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO} * \text{NÚMERO DE USUARIOS}$$

$$\text{I.P.V.} = \$605,62 * 175$$

$$\text{I.P.V.} = \$105.983,50 \text{ Dólares.}$$

En el siguiente cuadro se detalla los ingresos que se tendrán en los 10 años de vida útil del proyecto. Cabe recalcar que de los 259 paquetes que se

venderán solamente 175 serán al contado y 84 a diferido como se observa en el Cuadro N° 93 y 94.

CUADRO N° 93
INGRESO POR VENTAS AL CONTADO
PAQUETE BÁSICO

AÑOS	N° DE SERVICIOS PRESTADOS	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	INGRESOS POR VENTAS AL CONTADO
1	175	605,62	105.983,50
2	175	619,33	108.382,75
3	175	634,29	111.000,75
4	175	650,60	113.855,00
5	175	667,79	116.863,25
6	175	691,91	121.084,25
7	175	724,52	126.791,00
8	175	758,72	132.776,00
9	175	794,62	139.058,50
10	175	832,29	145.650,75

Fuente: Cuadro N° 90
Elaborado por: Las Autoras

Para determinar el ingreso por ventas a diferido se suma el precio de venta al público más una tasa de interés que es del 3% anual, obteniéndose el precio final del paquete; el cual se multiplica por el número de paquetes que se espera vender.

CUADRO N° 94
INGRESO POR VENTAS HA DIFERIDO
PAQUETE BÁSICO

AÑOS	N° DE SERVICIOS PRESTADOS	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	INTERÉS (3%)	PRECIO FINAL DEL PAQUETE	INGRESOS POR VENTAS A DIFERIDO
1	84	605,62	18,17	623,79	52.398,24
2	84	619,33	18,58	637,91	53.584,43
3	84	634,29	19,03	653,32	54.878,77
4	84	650,60	19,52	670,12	56.289,91
5	84	667,79	20,03	687,82	57.777,19
6	84	691,91	20,76	712,67	59.864,05
7	84	724,52	21,74	746,26	62.685,47
8	84	758,72	22,76	781,48	65.644,45
9	84	794,62	23,84	818,46	68.750,52
10	84	832,29	24,97	857,26	72.009,73

Fuente: Cuadro N° 90
 Elaborado por: Las Autoras

TABLA DE AMORTIZACIÓN PARA VENTAS HA DIFERIDO

Para las ventas ha diferido de cada uno de los paquetes se utilizará la siguiente tabla de amortización:

CUADRO N° 95

TIEMPO MESES	AMORTIZACIÓN	INTERÉS MENSUAL 3%	INTERÉS + AMORTIZACIÓN
1	50,47	1,51	51,98
2	50,47	1,51	51,98
3	50,47	1,51	51,98
4	50,47	1,51	51,98
5	50,47	1,51	51,98
6	50,47	1,51	51,98
7	50,47	1,51	51,98
8	50,47	1,51	51,98

9	50,47	1,51	51,98
10	50,47	1,51	51,98
11	50,47	1,51	51,98
12	50,47	1,51	51,98
TOTAL	12	30	623,79

Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 96
INGRESO POR VENTAS TOTALES
PAQUETE BÁSICO

AÑOS	N° DE SERVICIOS PRESTADOS	INGRESOS POR VENTAS AL CONTADO	INGRESOS POR VENTAS A DIFERIDO	INGRESOS POR VENTAS TOTALES
1	259	105.983,50	52.398,24	158.381,74
2	259	108.382,75	53.584,43	161.967,18
3	259	111.000,75	54.878,77	165.879,52
4	259	113.855,00	56.289,91	170.144,91
5	259	116.863,25	57.777,19	174.640,44
6	259	121.084,25	59.864,05	180.948,30
7	259	126.791,00	62.685,47	189.476,47
8	259	132.776,00	65.644,45	198.420,45
9	259	139.058,50	68.750,52	207.809,02
10	259	145.650,75	72.009,73	217.660,48

Fuente: Cuadro N° 93, 94

Elaborado por: Las Autoras

PAQUETE ESPECIAL

Para determinar el ingreso por ventas al contado se multiplica el precio de venta al público por el número de fallecidos que se calcula se va a obtener, todo mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{I.P.V.} = \text{PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO} * \text{NÚMERO DE USUARIOS}$$

I.P.V. = \$806,93 * 22

I.P.V. = \$17.752,46 Dólares.

En el siguiente cuadro se detalla los ingresos que se tendrán en los 10 años de vida útil del proyecto. Cabe recalcar que de los 43 paquetes que se venderán solamente 22 serán al contado y 21 a diferido como se observa en el Cuadro N° 97 y 98.

CUADRO N° 97
INGRESO POR VENTAS AL CONTADO
PAQUETE ESPECIAL

AÑOS	N° DE SERVICIOS PRESTADOS	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	INGRESOS POR VENTAS AL CONTADO
1	22	806,93	17.752,46
2	22	825,19	18.154,18
3	22	845,15	18.593,30
4	22	866,86	19.070,92
5	22	889,77	19.574,94
6	22	921,90	20.281,80
7	22	965,35	21.237,70
8	22	1.010,93	22.240,46
9	22	1.058,78	23.293,16
10	22	1.108,97	24.397,34

Fuente: Cuadro N° 91

Elaborado por: Las Autoras

Para determinar el ingreso por ventas a diferido se suma el precio de venta al público más una tasa de interés que es del 3% anual, obteniéndose el precio final del paquete; el cual se multiplica por el número de paquetes que se espera vender.

CUADRO N° 98
INGRESO POR VENTAS HA DIFERIDO
PAQUETE ESPECIAL

AÑOS	N° DE SERVICIOS PRESTADOS	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	INTERÉS (3%)	PRECIO FINAL DEL PAQUETE	INGRESOS POR VENTAS A DIFERIDO
1	21	806,93	24,21	831,14	17.453,90
2	21	825,19	24,76	849,95	17.848,86
3	21	845,15	25,35	870,50	18.280,59
4	21	866,86	26,01	892,87	18.750,18
5	21	889,77	26,69	916,46	19.245,73
6	21	921,90	27,66	949,56	19.940,70
7	21	965,35	28,96	994,31	20.880,52
8	21	1.010,93	30,33	1.041,26	21.866,42
9	21	1.058,78	31,76	1.090,54	22.901,41
10	21	1.108,97	33,27	1.142,24	23.987,02

Fuente: Cuadro N° 91

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 99
INGRESO POR VENTAS TOTALES
PAQUETE ESPECIAL

AÑOS	N° DE SERVICIOS PRESTADOS	INGRESOS POR VENTAS AL CONTADO	INGRESOS POR VENTAS A DIFERIDO	INGRESOS POR VENTAS TOTALES
1	43	17.752,46	17.453,90	35.206,36
2	43	18.154,18	17.848,86	36.003,04
3	43	18.593,30	18.280,59	36.873,89
4	43	19.070,92	18.750,18	37.821,10
5	43	19.574,94	19.245,73	38.820,67
6	43	20.281,80	19.940,70	40.222,50
7	43	21.237,70	20.880,52	42.118,22

8	43	22.240,46	21.866,42	44.106,88
9	43	23.293,16	22.901,41	46.194,57
10	43	24.397,34	23.987,02	48.384,36

Fuente: Cuadro N° 97, 98

Elaborado por: Las Autoras

PAQUETE PREMIUM

Para determinar el ingreso por ventas al contado se multiplica el precio de venta al público por el número de fallecidos que se calcula se va a obtener, todo mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

I.P.V. = PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO * NÚMERO DE USUARIOS

I.P.V. = \$1.012,24* 6

I.P.V. = \$6.073,44 Dólares.

En el siguiente cuadro se detalla los ingresos que se tendrán en los 10 años de vida útil del proyecto. Cabe recalcar que de los 18 paquetes que se venderán solamente 6 serán al contado y 12 a diferido como se observa en el Cuadro N° 100 y 101.

CUADRO N° 100

INGRESO POR VENTAS AL CONTADO

PAQUETE PREMIUM

AÑOS	N° DE SERVICIOS PRESTADOS	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	INGRESOS POR VENTAS AL CONTADO
1	6	1.012,24	6.073,44
2	6	1.035,17	6.211,02
3	6	1.060,19	6.361,14

4	6	1.087,43	6.524,58
5	6	1.116,16	6.696,96
6	6	1.156,47	6.938,82
7	6	1.210,98	7.265,88
8	6	1.268,16	7.608,96
9	6	1.328,17	7.969,02
10	6	1.391,14	8.346,84

Fuente: Cuadro N° 92

Elaborado por: Las Autoras

Para determinar el ingreso por ventas a diferido se suma el precio de venta al público más una tasa de interés que es del 3% anual, obteniéndose el precio final del paquete; el cual se multiplica por el número de paquetes que se espera vender.

CUADRO N° 101
INGRESO POR VENTAS HA DIFERIDO
PAQUETE PREMIUM

AÑOS	N° DE SERVICIOS PRESTADOS	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	INTERÉS (3%)	PRECIO FINAL DEL PAQUETE	INGRESOS POR VENTAS A DIFERIDO
1	12	1.012,24	30,37	1.042,61	12.511,29
2	12	1.035,17	31,06	1.066,23	12.794,70
3	12	1.060,19	31,81	1.092,00	13.103,95
4	12	1.087,43	32,62	1.120,05	13.440,63
5	12	1.116,16	33,48	1.149,64	13.795,74
6	12	1.156,47	34,69	1.191,16	14.293,97
7	12	1.210,98	36,33	1.247,31	14.967,71
8	12	1.268,16	38,04	1.306,20	15.674,46
9	12	1.328,17	39,85	1.368,02	16.416,18
10	12	1.391,14	41,73	1.432,87	17.194,49

Fuente: Cuadro N° 92

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 102
INGRESO POR VENTAS TOTALES
PAQUETE PREMIUM

AÑOS	N° DE SERVICIOS PRESTADOS	INGRESOS POR VENTAS AL CONTADO	INGRESOS POR VENTAS A DIFERIDO	INGRESOS POR VENTAS TOTALES
1	18	6.073,44	12.511,29	18.584,73
2	18	6.211,02	12.794,70	19.005,72
3	18	6.361,14	13.103,95	19.465,09
4	18	6.524,58	13.440,63	19.965,21
5	18	6.696,96	13.795,74	20.492,70
6	18	6.938,82	14.293,97	21.232,79
7	18	7.265,88	14.967,71	22.233,59
8	18	7.608,96	15.674,46	23.283,42
9	18	7.969,02	16.416,18	24.385,20
10	18	8.346,84	17.194,49	25.541,33

Fuente: Cuadro N° 100, 101

Elaborado por: Las Autoras

CUADRO N° 103

INGRESOS POR VENTAS TOTALES PAQUETE BÁSICO, ESPECIAL Y PREMIUM

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. INGRESOS										
Ventas Paquete Básico	158.381,74	161.967,18	165.879,52	170.144,91	174.640,44	180.948,30	189.476,47	198.420,45	207.809,02	217.660,48
Ventas Paquete Especial	35.206,36	36.003,04	36.873,89	37.821,10	38.820,67	40.222,50	42.118,22	44.106,88	46.194,57	48.384,36
Ventas Paquete Premium	18.584,73	19.005,72	19.465,09	19.965,21	20.492,70	21.232,79	22.233,59	23.283,42	24.385,20	25.541,33
TOTAL DE INGRESOS	212.172,82	216.975,94	222.218,50	227.931,23	233.953,80	242.403,59	253.828,28	265.810,75	278.388,80	291.586,17

Fuente: Cuadro N° 96, 99, 102

Elaborado por: Las Autoras

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Aquí se presenta los resultados financieros de la actividad misma de la empresa en un determinado periodo de tiempo con la finalidad de determinar si al final de cada periodo de vida útil se obtendrá una utilidad o pérdida neta.

El procedimiento seguido para establecer la utilidad o pérdida del proyecto es la siguiente: A los ingresos por ventas se le resta los costos de prestación del servicio y se obtiene la utilidad bruta; a esta se le resta los costos de operación, obteniendo la utilidad operacional, a este valor se le disminuye el 15% de reparto de utilidades a los trabajadores, a este resultado se le resta el 24% del impuesto a la renta y el 10% de reserva legal con lo cual se obtiene finalmente se obtiene la utilidad líquida.

CUADRO N° 104

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. INGRESOS										
Ventas Paquete Básico	158.381,74	161.967,18	165.879,52	170.144,91	174.640,44	180.948,30	189.476,47	198.420,45	207.809,02	217.660,48
Ventas Paquete Especial	35.206,36	36.003,04	36.873,89	37.821,10	38.820,67	40.222,50	42.118,22	44.106,88	46.194,57	48.384,36
Ventas Paquete Premium	18.584,73	19.005,72	19.465,09	19.965,21	20.492,70	21.232,79	22.233,59	23.283,42	24.385,20	25.541,33
Valor Residual			637,44		5.600,00					6.067,03
TOTAL DE INGRESOS	212.172,82	216.975,94	222.855,94	227.931,23	239.553,80	242.403,59	253.828,28	265.810,75	278.388,80	297.653,20
2. EGRESOS										
Costo de Prestación del Servicio	98.529,11	103.133,69	107.965,27	113.035,05	118.354,76	123.936,74	129.793,92	135.939,85	142.388,77	149.155,63
Utilidad Bruta	113.643,71	113.842,25	114.890,67	114.896,18	121.199,04	118.466,85	124.034,36	129.870,90	136.000,03	148.497,57
Costo de Operación	33.503,25	31.887,16	30.319,58	28.802,89	27.230,82	26.907,38	28.158,95	29.472,22	30.850,23	32.296,18
Utilidad Operacional	80.140,46	81.955,09	84.571,09	86.093,29	93.968,22	91.559,47	95.875,41	100.398,68	105.149,80	116.201,39
(-) 15% para Trabajadores	12.021,07	12.293,26	12.685,66	12.913,99	14.095,23	13.733,92	14.381,31	15.059,80	15.772,47	17.430,21
(=) Utilidad Antes de Impuestos	68.119,39	69.661,83	71.885,43	73.179,30	79.872,99	77.825,55	81.494,10	85.338,88	89.377,33	98.771,18
(-) 24% Impuesto a la Renta	16.348,65	16.718,84	17.252,50	17.563,03	19.169,52	18.678,13	19.558,58	20.481,33	21.450,56	23.705,08
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	51.770,74	52.942,99	54.632,93	55.616,26	60.703,47	59.147,42	61.935,52	64.857,55	67.926,77	75.066,10
(-) 10% de Reservas	5.177,07	5.294,30	5.463,29	5.561,63	6.070,35	5.914,74	6.193,55	6.485,75	6.792,68	7.506,61
(=) UTILIDAD LÍQUIDA	46.593,67	47.648,69	49.169,63	50.054,64	54.633,13	53.232,68	55.741,97	58.371,79	61.134,09	67.559,49

Fuente: Cuadro N°65, 86, 96, 99, 102

Elaborado por: Las Autoras

F. GERENTE

F. CONTADORA

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS.

En todo proyecto de inversión, es necesario determinar cómo los costos incurren en el proceso de brindar el servicio, para lo cual es necesario clasificar los costos fijos y costos variables.

- ◆ **Costo Fijo:** Son los desembolsos que no cambian con el volumen total de las ventas o la cantidad de modificaciones que se realizan en el servicio, con respecto a un nivel del servicio relevante. Aquí tenemos las Depreciaciones, Sueldos Administrativos, Sueldo en Ventas, Materiales de Aseo, Suministros de Oficina, etc.
- ◆ **Costo Variable:** Son aquellos gastos que efectúa la empresa para financiar el servicio ofrecido, por lo tanto está en relación directa con el volumen de usuarios, esto es que si existe un aumento de los usuarios, el costo variable aumenta y si el número de usuarios disminuye el costo variable disminuye. Aquí tenemos Mano de Obra Directa, Materia Prima Directa, Materiales Indirectos, Combustible, Servicios Básicos, Equipo de Servicios.
- ◆ **Costo Unitario:** Se obtiene dividiendo el costo total para el número de usuarios.
- ◆ **Costo Total:** Es igual a la suma del costo fijo y el costo variable.

CUADRO N° 105

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Costo Primo										
Materia Prima Directa		70.583,53		7.4063,3		77.714,62		81.545,95		85.566,16
Mano de Obra Directa		19.731,68		20.704,45		22.774,90		25.052,39		27.557,63
Costos Generales de Prestación										
Materiales Indirectos		1.429,02		1.499,47		1.573,39		1.650,96		1.732,36
Equipo de Servicio		846,72		888,46		932,26		978,23		1.026,45
Combustible		808,15		847,99		889,80		933,66		979,69
Depreciación Construcción y adecuación del Edificio	451,43		451,43		451,43		451,43		451,43	
Depreciación de Equipo y Maquinaria	198,58		198,58		198,58		198,58		198,58	
Depreciación de Vehículo	4.480,00		4.480,00		4.480,00		4.480,00		4.480,00	
Total Costos de Prestación del Servicio	5.130,01	93.399,10	5.130,01	98.003,67	5.130,01	103.884,97	5.130,01	110.161,19	5.130,01	116.862,29
Costos de Operación										
Sueldo Administración	12.315,55		12.922,71		13.559,80		14.228,29		14.929,75	
Servicios Básicos		642,65		674,33		707,58		742,46		779,06
Suministros de Oficina	549,23		576,31		604,72		634,53		665,81	
Materiales de Aseo	1.082,98		1.136,37		1.192,39		1.251,18		1.312,86	
Depreciación de Muebles y Enseres	946,39		946,39		946,39		946,39		946,39	
Depreciación de Equipo de Computación	425,02		425,02		425,02		425,02		425,02	

Depreciación de Equipo de Oficina	40,42		40,42		40,42		40,42		40,42	
Amortización de Activos Diferidos	108,80		108,80		108,80		108,80		108,80	
Total Gastos Administrativos	15.468,39	642,65	16.156,02	674,33	16.877,54	707,58	17.634,63	742,46	18.429,05	779,06
Gastos de Venta										
Publicidad y Propaganda	433,22		454,58		476,99		500,50		525,18	
Sueldo Ventas	4.933,99		5.427,39		5.970,13		6.567,14		7.223,85	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	5.367,21		5.881,97		6.447,12		7.067,64		7.749,03	
GASTOS FINANCIEROS										
Interés por préstamo	12.025,00		9.425,00		6.825,00		4.225,00		1.625,00	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	12.025,00		9.425,00		6.825,00		4.225,00		1.625,00	
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	32.860,60	642,65	31.462,99	674,33	30.149,66	707,58	28.927,27	742,46	27.803,08	779,06
COSTO TOTAL DE PRESTACION DEL SERVICIO	37.990,61	94.041,75	36.593,00	98.678,00	35.279,67	104.592,55	34.057,28	110.903,65	32.933,09	117.641,35

Fuente: Cuadro N° 86

Elaborado por: Las Autoras

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9		AÑO 10	
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE								
Costo Primo										
Materia Prima Directa		89.784,58		94.210,96		98.855,56		103.729,14		108.842,98
Mano de Obra Directa		30.313,39		33.344,73		3.6679,2		40.347,12		44.381,83
Costos Generales de Prestación										
Materiales Indirectos		1.817,76		1.907,38		2.001,41		2.100,08		2.203,61
Equipo de Servicio		1.077,06		1.130,15		1.185,87		1.244,33		1.305,68
Combustible		1.027,99		1.078,67		1.131,85		1.187,65		1.246,20
Depreciación Construcción y adecuación del Edificio	451,43		451,43		451,43		451,43		451,43	
Depreciación de Equipo y Maquinaria	198,58		198,58		198,58		198,58		198,58	
Depreciación de Vehículo	4.480,00		4.480,00		4.480,00		4.480,00		4.480,00	
Total Costos de Prestación del Servicio	5.130,01	124.020,78	5.130,01	131.671,89	5.130,01	139.853,89	5.130,01	148.608,32	5.130,01	157.980,30
Costos de Operación										
Sueldo Administración	15.665,79		16.438,11		17.248,51		18.098,86		18.991,13	
Servicios Básicos		817,47		857,77		900,06		944,43		991,00
Suministros de Oficina	698,64		733,08		769,22		807,15		846,94	
Materiales de Aseo	1.377,59		1.445,50		1.516,76		1.591,54		1.670,00	
Depreciación de Muebles y Enseres	946,39		946,39		946,39		946,39		946,39	
Depreciación de Equipo de Computación	425,02		425,02		425,02		425,02		425,02	
Depreciación de Equipo de Oficina	40,42		40,42		40,42		40,42		40,42	
Amortización de Activos Diferidos	108,80		108,80		108,80		108,80		108,80	
Total Gastos Administrativos	19.262,65	817,47	20.137,32	857,77	20.108,73	900,06	22.018,18	944,43	23.028,70	991,00
Gastos de Venta										
Publicidad y Propaganda	551,07		578,24		606,75		636,66		668,04	

Sueldo Ventas	7.946,24		8.740,86		9.614,95		10.576,45		11.634,09	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	8.497,31		9.319,10		10.221,70		11.213,11		12.302,13	
GASTOS FINANCIEROS										
Interés por préstamo	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	0,00									
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	27.759,96	817,47	29.456,42	857,77	30.330,43	900,06	33.231,29	944,43	35.330,83	991,00
COSTO TOTAL DE PRESTACION DEL SERVICIO	32.889,97	124.838,25	34.586,43	132.529,66	35.460,44	140.753,95	38.361,30	149.552,75	40.460,84	158.971,30

Fuente: Cuadro N°86

Elaborado por: Las Autoras

PUNTO DE EQUILIBRIO

Representa el balance entre ingresos y egresos, mismo que determina el volumen de ventas que se debe alcanzar con el servicio hasta que la empresa llegue al punto de equilibrio, es decir que no tenga ni pérdidas ni ganancias, en otras palabras sirve para estudiar las relaciones entre los costos fijos, variables y los beneficios.

Una de las ventajas de realizar el análisis del punto de equilibrio es que permite conocer la capacidad mínima con la que se debe operar, por lo que si se trabaja con un porcentaje menor al resultado, la empresa registraría pérdidas más no utilidades.

Para determinar el punto de equilibrio matemáticamente se lo calcula en función de las ventas y en función de la capacidad instalada para lo cual se utiliza la siguiente formula:

MÉTODO MATEMÁTICO AÑO 1:

◆ En Función de las Ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

En Donde:

PE= Punto de Equilibrio

CFT= Costo Fijo Total

CVT= Costo Variable Total

VT= Ventas Totales

$$PE = \frac{37.990,61}{1 - \left(\frac{94.041,75}{212.172,82}\right)}$$

$$PE = \frac{37.990,61}{1 - (0,443231842)}$$

$$PE = \frac{37.990,61}{0.556768157}$$

$$PE = 68.234,16$$

◆ **En Función de la Capacidad Instalada:**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT}$$

En Donde:

PE= Punto de Equilibrio

CFT= Costo Fijo Total

VT= Ventas Totales

CVT= Costo Variable Total

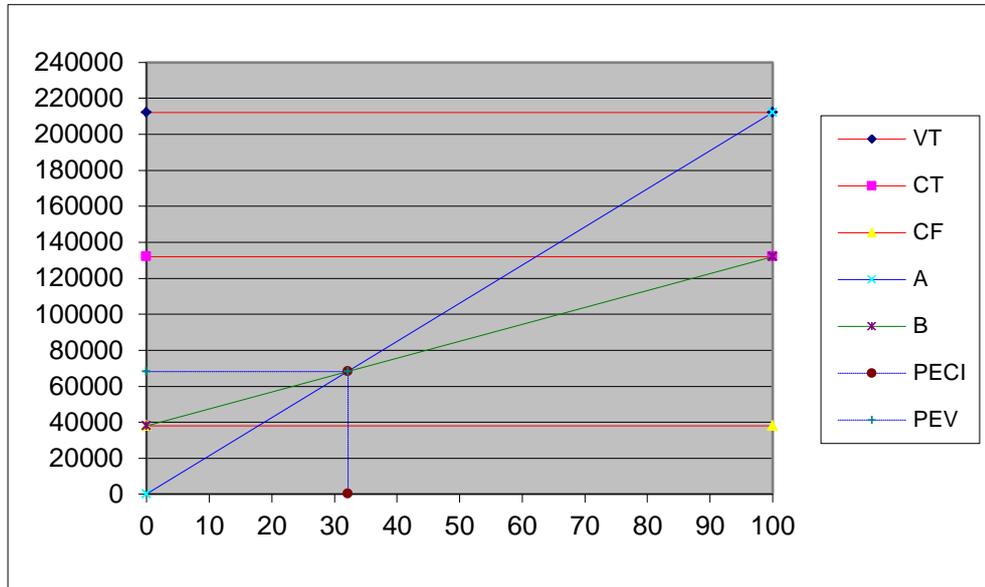
$$PE = \frac{37.990,61}{212.172,82 - 94.041,75}$$

$$PE = \frac{37.990,61}{118.131,07}$$

$$PE = 0.3216 * 100$$

$$PE = 32.16\%$$

GRÁFICO N° 31



Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

El punto de equilibrio para el primer año de operación en la empresa se produce cuando los ingresos son de \$ 68.234,16 y se utiliza una capacidad instalada del 32.16%. A mayores estándares de ingresos y de capacidad instalada la empresa empezará a tener rentabilidad.

MÉTODO MATEMÁTICO AÑO 10:

◆ En Función de las Ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

En Donde:

PE= Punto de Equilibrio

CFT= Costo Fijo Total

CVT= Costo Variable Total

VT= Ventas Totales

$$PE = \frac{40.460,84}{1 - \left(\frac{158.971,30}{291.586,17}\right)}$$

$$PE = \frac{40.460,84}{1 - (0.545194924)}$$

$$PE = \frac{40.460,84}{0.454805075}$$

$$PE = 88.963,04$$

◆ **En Función de la Capacidad Instalada:**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT}$$

En Donde:

PE= Punto de Equilibrio

CFT= Costo Fijo Total

VT= Ventas Totales

CVT= Costo Variable Total

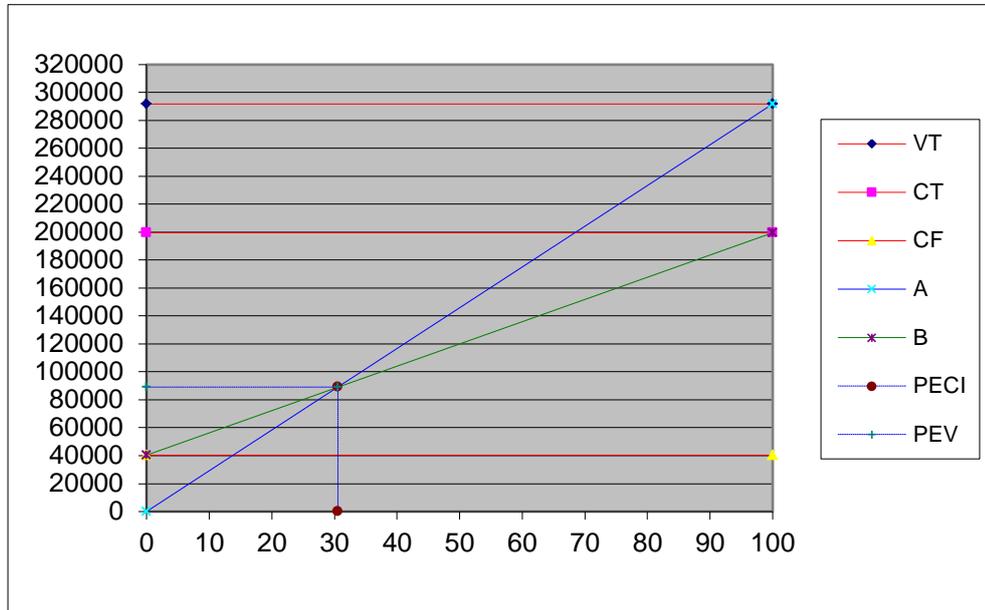
$$PE = \frac{40.460,84}{291.586,17 - 158.971,30}$$

$$PE = \frac{40.460,84}{132.614,87}$$

$$PE = 0.3051 * 100$$

$$PE = 30.51\%$$

GRÁFICO N° 32



Fuente: Las Autoras

Elaborado por: Las Autoras

El punto de equilibrio para el décimo año de operación en la empresa se produce cuando los ingresos son de \$88.963,04 y se utiliza una capacidad instalada del 30,51%. A mayores estándares de ingresos y de capacidad instalada la empresa empezará a tener rentabilidad.

EVALUACIÓN FINANCIERA

7.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

Aquí se toma en consideración la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros necesarios para el proyecto, sin considerar el modo como se distribuyen las utilidades que genera.

También se determina si un proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas, a fin de obtener coeficientes de evaluación, lo cual se basa en la obtención de valores actuales de los ingresos y gastos, para luego proyectarlos al futuro. Los criterios de evaluación más utilizados son:

- ◆ Valor Actual Neto (VAN).
- ◆ Tasa Interna de Retorno (TIR).
- ◆ Relación Beneficio Costo (R B/C).
- ◆ Periodo de Recuperación de Capital (PRC).
- ◆ Análisis de Sensibilidad.

7.6.1 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja de la Empresa de Servicios Exequiales “El Último Adiós” en el Cantón Yantzaza, representa la diferencia entre los ingresos y egresos que se generarán con la implementación de ésta empresa. Para su cálculo no se incluye como egresos las depreciaciones ni amortizaciones de activos diferidos ya que estos no realizan desembolsos económicos para la empresa.

CUADRO N° 106

FLUJO DE CAJA

245

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
1. INGRESOS											
Ventas Paquete Básico		158.381,74	161.967,18	165.879,52	170.144,91	174.640,44	180.948,30	189.476,47	198.420,45	207.809,02	217.660,48
Ventas Paquete Especial		35.206,36	36.003,04	36.873,89	37.821,10	38.820,67	40.222,50	42.118,22	44.106,88	46.194,57	48.384,36
Ventas Paquete Premium		18.584,73	19.005,72	19.465,09	19.965,21	20.492,70	21.232,79	22.233,59	23.283,42	24.385,20	25.541,33
Crédito B.N.F	130.000,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital Propio	37.536,42	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Valor Residual				637,44		5.600,00					6.067,03
TOTAL DE INGRESOS	167.536,42	212.172,82	216.975,94	222.855,94	227.931,23	239.553,80	242.403,59	253.828,28	265.810,75	278.388,80	297.653,20
2. EGRESOS											
Activo Fijo	138.082,04	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Activo Diferido	1.088,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital de Trabajo	28.366,38	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costo de Prestación del Servicio		98.529,11	103.133,69	107.965,27	113.035,05	118.354,76	123.936,74	129.793,92	135.939,85	142.388,77	149.155,63
Costo de Operación		33.503,25	31.887,16	30.319,58	28.802,89	27.230,82	26.907,38	28.158,95	29.472,22	30.850,23	32.296,18
Amortización del Crédito		26.000,00	26.000,00	26.000,00	26.000,00	26.000,00	0	0	0	0	0
Interés		12.025,00	9.425,00	6.825,00	4.225,00	1.625,00	0	0	0	0	0
TOTAL DE EGRESOS	167.536,42	170.057,36	170.445,85	171.109,85	172.062,94	173.210,58	150.844,12	157.952,87	165.412,07	173.239,00	181.451,81
(1-2) Utilidad Bruta		42.115,46	46.530,09	51.746,09	55.868,29	66.343,22	91.559,47	95.875,41	100.398,68	105.149,80	116.201,39

(-) 15% para Trabajadores		6.317,32	6.979,51	7.761,91	8.380,24	9.951,48	13.733,92	14.381,31	15.059,80	15.772,47	17.430,21
(=) Utilidad Antes de Impuestos		35.798,14	39.550,58	43.984,18	47.488,05	56.391,74	77.825,55	81.494,10	85.338,88	89.377,33	98.771,18
(-) 24% Impuesto a la Renta		8.591,55	9.492,14	10.556,20	11.397,13	13.534,02	18.678,13	19.558,58	20.481,33	21.450,56	23.705,08
(=) Utilidad antes de Reserva Legal		27.206,59	30.058,44	33.427,98	36.090,91	42.857,72	59.147,42	61.935,52	64.857,55	67.926,77	75.066,10
(+) Amortización de Activos Diferidos		108,80	108,80	108,80	108,80	108,80	108,80	108,80	108,80	108,80	108,80
(+) Depreciaciones		10.602,84	10.602,84	10.602,84	10.602,84	10.602,84	10.602,84	10.602,84	10.602,84	10.602,84	10.602,84
(=) FLUJO DE CAJA	0	37.918,23	40.770,08	44.139,62	46.802,55	53.569,36	69.859,06	72.647,16	75.569,19	78.638,41	85.777,74

Fuente: Cuadro N° 104

Elaborado por: Las Autoras

246

F. GERENTE

F. CONTADORA

7.6.2 VALOR ACTUAL NETO

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

El VAN es el valor monetario que queda luego de restar la suma de los flujos de caja a la inversión inicial del proyecto. Los criterios de decisión basados en el VAN son:

- ❖ Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará.
- ❖ Si el VAN es negativo se rechazará la inversión, ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.
- ❖ Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

Para calcular el valor actual neto primeramente determinamos la TMAR, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

$$TMAR = i + Pr + \left(\frac{Pr * i}{100} \right)$$

EN DONDE:

i = Tasa de oportunidad de la inversión

Pr = Prima de riesgo

TMAR = Tasa mínima aceptable de rendimiento.

$$\text{TMAR} = 4.53 + 8.77 + \left(\frac{8.77 * 4.53}{100}\right)$$

$$\text{TMAR} = 4.53 + 8.77 + \left(\frac{39.7281}{100}\right)$$

$$\text{TMAR} = 4.53 + 8.77 + (0.397281)$$

$$\text{TMAR} = 13.697281$$

$$\text{TMAR} = 13.70 \%$$

Esto significa que el factor de descuento para la inversión debe ser del 13.70%.

Se calcula el costo de oportunidad del capital:

COSTO OPORTUNIDAD DEL CAPITAL	%
TASA DE INTERES PASIVA (DEPOSITO A PLAZO)	4.53 %
TASA DE RIESGO PAIS	8.77 %
TOTAL	13.30 %

Se calcula el factor de actualización, aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{FA} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$\text{FA} = \frac{1}{(1 + 0.137)^1}$$

$$\text{FA} = 0.879507476$$

Se calcula el valor actual neto:

CUADRO N° 107

VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (13.70%)	VALOR ACTUAL
0	167.536,42		
1	37.918,23	0.879507476	\$33.349,37
2	40.770,08	0.773533400	\$31.537,02
3	44.139,62	0.680328408	\$30.029,44
4	46.802,55	0.598353921	\$28.004,49
5	53.569,36	0.526256747	\$28.191,24
6	69.859,06	0.462846743	\$32.334,04
7	72.647,16	0.407077171	\$29.573,00
8	75.569,19	0.358027415	\$27.055,84
9	78.638,41	0.314887788	\$24.762,27
10	85.777,74	0.276946163	\$23.755,82
		$\Sigma =$	\$288.592,52
		INVERSION =	\$167.536,42
		VAN =	\$121.056,10

Fuente: Cuadro N° 106

Elaborado por: Las Autoras

El VAN es de \$121.056,10 positivo, significa que el valor de la inversión de la Empresa aumentará durante su etapa de operación y por lo tanto es un proyecto rentable y conveniente.

7.6.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Constituye la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que generará el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

La TIR se interpreta como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiará la inversión.

El criterio general para saber si es conveniente implementar una Empresa de Servicios Exequiales es el siguiente:

- ❖ Si la TIR es > que el costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.
- ❖ Si la TIR es = que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.
- ❖ Si la TIR es < que el costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto.

Para actualizar los flujos se utiliza la siguiente fórmula y se hará a través del método de tanteo.

$$FA = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

CUADRO N° 108

TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 27%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 28%	VAN MAYOR
0	\$167.536,42				
1	\$ 37.918,23	0.7874016	\$ 29.856,87	0.7812500	\$ 29.623,62
2	\$ 40.770,08	0.6200012	\$ 25.277,50	0.6103516	\$ 24.884,08
3	\$ 44.139,62	0.4881900	\$ 21.548,52	0.4768372	\$ 21.047,41
4	\$ 46.802,55	0.3844015	\$ 17.990,97	0.3725290	\$ 17.435,31

5	\$ 53.569,36	0.3026784	\$ 16.214,29	0.2910383	\$ 15.590,74
6	\$ 69.859,06	0.2383294	\$ 16.649,47	0.2273737	\$ 15.884,11
7	\$ 72.647,16	0.1876610	\$ 13.633,04	0.1776357	\$ 12.904,73
8	\$ 75.569,19	0.1477645	\$ 11.166,45	0.1387779	\$ 10.487,33
9	\$ 78.638,41	0.1163500	\$ 9.149,58	0.1084202	\$ 8.525,99
10	\$ 85.777,74	0.0916142	\$ 7.858,46	0.0847033	\$ 7.265,66
		$\Sigma =$	\$ 169.345,14		$\Sigma =$ \$ 163.648,97
		Inversión =	\$ 167.536,42		Inversión = \$ 167.536,42
		VAN =	\$ 1.808,72		VAN = (\$ 3.887,45)

Fuente: Cuadro N° 106

Elaborado por: Las Autoras

$$TIR = Tm + DT \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

EN DONDE:

Tm = Tasa menor de descuento

DT = Diferencia de tasas

VAN Tm = Valor actual a la tasa menor

VAN TM = Valor actual a la tasa mayor

$$TIR = 27 + 1 \left(\frac{1.808,72}{1.808,72 - (-3.887,45)} \right)$$

$$TIR = 27 + 1 \left(\frac{1.808,72}{5.696,17} \right)$$

$$TIR = 27 + 1(0,317532657)$$

$$TIR = 27 + 0,317532657$$

$$TIR = 27,31753266$$

$$TIR = 27,32 \%$$

Según los cálculos realizados la TIR del proyecto es de 27.32% que resulta mayor que el costo de oportunidad de capital (13.30%), siendo satisfactorio para realizar el proyecto.

7.6.4 RELACIÓN BENEFICIO- COSTO

Se basa en la relación entre los costos y los beneficios asociados en un proyecto. Consiste en determinar beneficios y costos en términos monetarios que permite medir cuanto se conseguiría en dólares por cada dólar invertido.

Para medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, se utiliza los siguientes parámetros y en base a estos resultados se puede decidir si se acepta o no el proyecto.

- ❖ Si la relación Beneficio-Costo es $>$ que 1, es rentable el proyecto.
- ❖ Si la relación Beneficio-Costo es $=$ que 1, el proyecto es indiferente.
- ❖ Si la relación Beneficio-Costo es $<$ que 1, no es rentable el proyecto.

CUADRO N° 109

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

RELACION BENEFICIO COSTO					
AÑO	INGRESO ORIGINALES	COSTO ORIGINALES	FACTOR DESCUENTO	INGRESOS ACTUALIZADO	COSTO ACTUALIZADO
1	212.172,82	132.032,36	0.8841733	187.597,55	116.739,49
2	216.975,94	135.020,85	0.7817624	169.623,64	105.554,22
3	222.855,94	138.284,84	0.6912135	154.041,03	95.584,35
4	227.931,23	141.837,94	0.6111525	139.300,74	86.684,61
5	239.553,80	145.585,58	0.5403647	129.446,42	78.669,31
6	242.403,59	150.844,12	0.4777760	115.814,63	72.069,71
7	253.828,28	157.952,86	0.4224368	107.226,41	66.725,11
8	265.810,75	165.412,06	0.3735074	992.82,27	61.782,62

9	278.388,80	173.239,00	0.3302452	919.36,57	57.211,35
10	297.653,20	181.451,81	0.2919940	869.12,95	52.982,84
TOTAL				1.281.182,21	741.020,76

Fuente: Cuadro N° 86, 104

Elaborado por: Las Autoras

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

$$RBC = \frac{1.281.182,21}{741.020,76}$$

$$RBC = 1,728942398$$

$$RBC = 1,73$$

La relación Beneficio Costo obtenida es de \$ 1.73 lo que significa que por cada dólar invertido la Empresa generará 0.73 centavos de dólar, por lo cual el proyecto es rentable.

7.6.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

El periodo de recuperación de inversión son los años que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce. Su cálculo se presente en la siguiente tabla:

CUADRO N° 110

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
0	\$ 167,536.42		
1		\$ 37.918,23	\$ 37.918,23
2		\$ 40.770,08	\$ 78.688,31
3		\$ 44.139,62	\$ 122.827,93

4		\$ 46.802,55	\$ 169.630,48
5		\$ 53.569,36	\$ 223.199,84
6		\$ 69.859,06	\$ 293.058,90
7		\$ 72.647,16	\$ 365.706,06
8		\$ 75.569,19	\$ 441.275,24
9		\$ 78.638,41	\$ 519.913,65
10		\$ 85.777,74	\$ 605.691,39
	$\Sigma =$	\$ 605.691,39	\$ 2.857.910,03

Fuente: Cuadro N° 106

Elaborado por: Las Autoras

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 4 + \frac{167.536,42 - 239.434,47}{169.630,48}$$

$$PRC = 4 + \frac{-71.898,05}{169.630,48}$$

$$PRC = 4 + (-0.423851008)$$

$$PRC = 3.576148992$$

3 AÑOS

$$0.57 * 12 = 6.84 = 7$$

7 MESES

$$0.84 * 30 = 25.2 = 25$$

25 DÍAS

Con los datos obtenidos se puede concluir que el tiempo requerido para recuperar la inversión del proyecto es de: 3 años, 7 meses y 25 días. Pero este tiempo es tentativo ya que todo depende de las condiciones económicas en las que se desarrollará el proyecto.

7.6.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Este análisis se efectúa con la finalidad de conocer el grado máximo de soporte que tendrá el proyecto ante posibles cambios en los costos e

ingresos totales, que podrán ocurrir en el futuro puesto que se desconoce cuales serán las condiciones económicas en las que se desenvolverá el proyecto una vez que entre en funcionamiento.

Para el proyecto en estudio el análisis de sensibilidad se determinará desde dos puntos de vista, con el incremento en los costos y la disminución en los ingresos.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por eso el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 30% en los costos y una disminución del 20% en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- ❖ Cuando el coeficiente de sensibilidad es $>$ que 1, el proyecto es sensible.
- ❖ Cuando el coeficiente de sensibilidad es $=$ a 1, el proyecto no sufre ningún efecto.
- ❖ Cuando el coeficiente de sensibilidad es $<$ que 1, el proyecto no es sensible.

CUADRO N° 111
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 30% EN
LOS COSTOS

PERIODO	INGRESOS	COSTOS ORIGINALES	COSTOS INCREMENTO	FLUJO DE CAJA
AÑO 1	212.172,82	132.032,36	171.642,07	40.530,76
AÑO 2	216.975,94	135.020,85	175,527,10	41.448,84

AÑO 3	222.855,94	138.284,84	179.770,30	43.085,65
AÑO 4	227.931,23	141.837,94	184.389,32	43.541,91
AÑO 5	239.553,80	145.585,58	189.261,25	50.292,55
AÑO 6	242.403,59	150.844,12	196.097,36	46.306,23
AÑO 7	253.828,28	157.952,86	205.338,72	48.489,56
AÑO 8	265.810,75	165.412,06	215.035,68	50.775,07
AÑO 9	278.388,80	173.239,00	225.210,70	53.178,09
AÑO 10	297.653,20	181.451,81	235.887,35	61.765,85

Fuente: Cuadro N° 86, 104

Elaborado por: Las Autoras

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 23%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 24%	VAN MAYOR
0	\$167.536,42				
1	\$ 40.530,76	0.8130081	\$ 32.951,83	0.8064516	\$ 32.686,09
2	\$ 41.448,84	0.6609822	\$ 27.396,95	0.6503642	\$ 26.956,84
3	\$ 43.085,65	0.5373839	\$ 23.153,53	0.5244873	\$ 22.597,87
4	\$ 43.541,91	0.4368975	\$ 19.023,35	0.4229736	\$ 18.417,08
5	\$ 50.292,55	0.3552012	\$ 17.863,97	0.3411077	\$ 17.155,18
6	\$ 46.306,23	0.2887815	\$ 13.372,38	0.2750869	\$ 12.738,24
7	\$ 48.489,56	0.2347817	\$ 11.384,46	0.2218443	\$ 10.75713
8	\$ 50.775,07	0.1908794	\$ 9.691,92	0.1789067	\$ 9.084,00
9	\$ 53.178,09	0.1551865	\$ 8.252,52	0.1442796	\$ 7.672,51
10	\$ 61.765,85	0.1261679	\$ 7.792,87	0.1163545	\$ 7.186,73
		$\Sigma =$	\$ 170.883,79	$\Sigma =$	\$ 165.251,68
		Inversión =	\$ 167.536,42	Inversión =	\$ 167.536,42
		VAN =	\$ 3.347,37	VAN =	(\$ 2.284,74)

❖ Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno:

$$NTIR = T_m + DT \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

$$NTIR = 23 + 1 \left(\frac{3.347,37}{3.347,37 - -2.284,74} \right)$$

$$NTIR = 23 + 1 \left(\frac{3.347,37}{5632,11} \right)$$

$$NTIR = 23 + 1(0,594336758)$$

$$NTIR = 23 + 0,594336758$$

$$NTIR = 23.59 \%$$

- ❖ Se calcula la Tasa Interna de Retorno Resultante:

$$\boxed{DIFTIR = TIR - NTIR}$$

$$DIFTIR = 27.32 - 23.59$$

$$DIFTIR = 3.73$$

- ❖ Se calcula el porcentaje de variación:

$$\boxed{\%V = \left(\frac{DIFTIR}{TIR} \right) * 100}$$

$$\% V = \frac{3.73}{27.32} * 100$$

$$\% V = 0.136530014 * 100$$

$$\% V = 13.65 \%$$

- ❖ Se calcula la sensibilidad:

$$\boxed{S = \left(\frac{\%V}{NTIR} \right)}$$

$$S = \frac{13.65}{23.59}$$

$$S = 0,5786$$

Si en el futuro los Costos del proyecto aumentarán en un 30%, el coeficiente de sensibilidad encontrado es de 0,5786 y de acuerdo con los criterios de decisión el proyecto no es sensible ante esta variación.

CUADRO N° 112
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 18% EN
LOS INGRESOS

PERIODO	INGRESOS ORIGINALES	DISMINUCIÓN INGRESOS	COSTOS ORIGINALES	FLUJO DE CAJA
AÑO 1	212.172,82	173.981,72	132.032,36	41.949,36
AÑO 2	216.975,94	177.920,27	135.020,85	42.899,43
AÑO 3	222.855,94	182.741,87	138.284,84	44.457,03
AÑO 4	227.931,23	186.903,61	141.837,94	45.065,67
AÑO 5	239.553,80	196.434,12	145.585,58	50.848,54
AÑO 6	242.403,59	198.770,94	150.844,12	47.926,82
AÑO 7	253.828,28	208.139,19	157.952,86	50.186,33
AÑO 8	265.810,75	217.964,81	165.412,06	52.552,75
AÑO 9	278.388,80	228.278,81	173.239,00	55.039,81
AÑO 10	297.653,20	244.075,63	181.451,81	62.623,82

Fuente: Cuadro N° 86, 104

Elaborado por: Las Autoras

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 24%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 25%	VAN MAYOR
0	\$ 167.536,42				
1	\$ 41.949,36	0.8064516	\$ 33.830,13	0.8000000	\$ 33.559,49
2	\$ 42.899,43	0.6503642	\$ 27.900,25	0.6400000	\$ 27.455,63
3	\$ 44.457,03	0.5244873	\$ 23.317,15	0.5120000	\$ 22.762,00
4	\$ 45.065,67	0.4229736	\$ 19.061,59	0.4096000	\$ 18.458,90
5	\$ 50.848,54	0.3411077	\$ 17.344,83	0.3276800	\$ 16.662,05
6	\$ 47.926,82	0.2750869	\$ 13.184,04	0.2621440	\$ 12.563,73
7	\$ 50.186,33	0.2218443	\$ 11.133,55	0.2097152	\$ 10.524,84
8	\$ 52.552,75	0.1789067	\$ 9.402,04	0.1677722	\$ 8.816,89
9	\$ 55.039,81	0.1442796	\$ 7.941,12	0.1342177	\$ 7.387,32
10	\$ 62.623,82	0.1163545	\$ 7.286,56	0.1073742	\$ 6.724,18
		$\Sigma=$	\$ 170.401,25	$\Sigma=$	\$ 164.915,02

$$\begin{array}{l} \text{Inversión} = \$ 167.536,42 \\ \text{VAN} = \$ 2.864,83 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} \text{Inversión} = \$ 167.536,42 \\ \text{VAN} = (\$ 2.621,40) \end{array}$$

- ❖ Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno:

$$NTIR = Tm + DT \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

$$NTIR = 24 + 1 \left(\frac{2.864,83}{\$ 2.864,83 - - 2.621,40} \right)$$

$$NTIR = 24 + 1 \left(\frac{2.864,83}{5.486,23} \right)$$

$$NTIR = 24 + 1(0,522185544)$$

$$NTIR = 24 + 0,522185544$$

$$NTIR = 24,52\%$$

- ❖ Se calcula la Tasa Interna de Retorno Resultante:

$$DIFTIR = TIR - NTIR$$

$$DIFTIR = 27,32 - 24,52$$

$$DIFTIR = 2,80$$

- ❖ Se calcula el porcentaje de variación:

$$\%V = \left(\frac{DIFTIR}{TIR} \right) * 100$$

$$\%V = \frac{2,80}{27,32} * 100$$

$$\%V = 0,102489019 * 100$$

$$\%V = 10,25\%$$

❖ Se calcula la sensibilidad:

$$S = \left(\frac{\%V}{NTIR} \right)$$

$$S = \frac{10,25}{24,52}$$

$$S = 0,4180$$

Si en el futuro los Ingresos del proyecto disminuyeran en un 18%, el coeficiente de sensibilidad encontrado es de 0,4180 y de acuerdo con los criterios de decisión el proyecto no es sensible ante esta variación.

DISCUSIÓN

g. DISCUSIÓN

Realizados los estudios pertinentes para determinar la factibilidad de la implementación de una Empresa de Servicios Exequiales en el Cantón Yantzaza, es oportuno sustentar lo siguiente:

La Provincia de Zamora Chinchipe, considerada como ciudad de aves y cascadas está constituida por nueve cantones entre ellos se encuentra el Cantón Yantzaza, mismo que posee una población total de 18.675 habitantes; con la construcción de la troncal amazónica se abren las puertas al turismo nacional e internacional, sus características de ciudad moderna, la calidad de su gente, hacen que este pueblo sea muy acogedor; siendo así el principal centro económico, comercial de la provincia.

La actividad comercial se ve reflejada en la presencia de ocho hoteles; así mismo se destaca las casas comerciales entre las más importantes, se encuentran diez almacenes de electrodomésticos, diez ferreterías, doce casas comerciales de ropa de vestir, quince restaurants, entre otros. La estructura empresarial de este Cantón muestra que en la actualidad no existe un lugar que preste Servicios Exequiales brindando apoyo profesional para solucionar los problemas que enfrentan las personas que sufren la pérdida de un ser querido en esos duros momentos, demostrando en todo instante calidad humana y comprensión.

²⁵Es importante mencionar que la Provincia de Zamora Chinchipe cuenta con un índice de mortalidad anual del 3.5% por cada 1.000 habitantes”. Es por ello que se cree necesaria la creación de una empresa de Servicios Exequiales en el cantón Yantzaza.

Cabe recalcar que la implementación de esta empresa además de brindar un servicio que no existe en la actualidad, generará nuevas fuentes de empleo para los habitantes contribuyendo con el desarrollo socio económico del Cantón y por ende del país.

Dentro de los servicios que ofrece la Funeraria están: Servicio de traslado de fallecidos, Sala de velación, Atención personalizada durante la velación, Trámites legales para la inhumación, Publicación de parte mortuario en radio, Arreglos florales, Servicio de cafetería, Habitación de descanso, entre otros.

En el Estudio de Mercado mediante la aplicación de una encuesta a las personas económicamente activas del Cantón Yantzaza se determinó que el 90% están de acuerdo con la implementación de la Funeraria, tomando en cuenta que el 22% conocen otras empresas que brindan servicios similares, se obtiene una demanda insatisfecha que para el primer año es de 4.808. Cabe mencionar que se tomó el 30% de ésta demanda como Mercado Meta que es de 1.442 personas para el primer año ya que al contar únicamente con una sala de velación se podrá cubrir este mercado.

²⁵Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

En el Estudio Técnico se determinó la capacidad instalada y utilizada para cada uno de los paquetes a ofrecer, el Paquete Básico tendrá una capacidad instalada para 360 fallecidos y una capacidad utilizada de 259 fallecidos (72%), el Paquete Especial tendrá una capacidad instalada de 240 fallecidos y una capacidad utilizada de 43 fallecidos (18%), el Paquete Premium tendrá una capacidad instalada de 180 fallecidos y una capacidad utilizada de 18 fallecidos (10%).

Para la adecuación física de la Funeraria existe un terreno propio, amplio, céntrico, viable y con todos los servicios básicos disponibles para un buen funcionamiento. En el Estudio Legal- Administrativo se constituyó la Empresa bajo el procedimiento jurídico de una Compañía de Responsabilidad Limitada. Por otra parte el talento humano que laborará en la misma se regirá bajo las normas y reglamentos dispuestos por la Empresa.

De acuerdo al Estudio Económico realizado se calculó el precio de venta al público de los paquetes en donde, el Paquete Básico tendrá un valor de \$ 605,62 con un margen de utilidad del 65% para los 10 años de vida útil del proyecto, el Paquete Especial costará \$806,93 con un margen de rentabilidad del 46% para los 10 años y el Paquete Premium costará \$ 1.012,24 con un incremento del 38% respectivamente.

Para la puesta en marcha del proyecto se requiere una inversión de \$ 167.536,42 para lo cual el 22% es decir; 37.536,42 será a través de aportes

iguales por parte de los socios- accionistas y el 78% restante; 130.000,00 será financiado por el Banco Nacional de Fomento.

En lo referente a los ingresos por ventas se tomará en cuenta tanto los ingresos por ventas al contado y a diferido obteniendo para el Paquete Básico un total de \$ 158.381,74 en el primer año, para el Paquete Especial se obtiene \$ 35.206,36 en el año uno y para el Paquete Premium los ingresos serán de \$ 18.584,73 en el primer año.

Los indicadores financieros reflejan que es factible la implementación de una Empresa de Servicios Exequiales en el Cantón Yantzaza; puesto que su Valor Actual Neto es \$ 121.056,10 lo cual representa que el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación, ello da el referente de que en este caso es conveniente invertir; de acuerdo a los criterios de evaluación el VAN es positivo siendo la inversión aceptable; su Tasa Interna de Retorno es 27,32% mayor que el costo de oportunidad del capital (13,30%) ello demuestra que la inversión ofrece un alto rendimiento y por tanto debe ejecutarse; la relación Beneficio Costo es de \$1,73 indicador que sustenta la realización del proyecto ya que por cada dólar invertido se generará 0,73 centavos de rentabilidad; la recuperación del capital se logra a los 3 años, 7 meses y 25 días. Por último en relación al Análisis de Sensibilidad el proyecto soporta un incremento en los costos del 30%, dando como resultado un valor de sensibilidad de 0,5786 que es menor a uno, es decir, que el proyecto no es sensible a esta variación, por tanto, no sufre ningún efecto y es ejecutable. Así mismo soporta una disminución en los

ingresos del 18% ya que con este valor obtenemos una sensibilidad de 0.4180 que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible por lo tanto es factible.

CONCLUSIONES

h. CONCLUSIONES

Luego de haber realizado todos los estudios previstos para el presente proyecto, se llegó a las siguientes conclusiones:

- ❖ El grado de calidad del servicio a ofrecer en este proyecto constituye una ventaja competitiva, ya que actualmente no existe en el Cantón Yantzaza una empresa que ofrezca este tipo de Servicios Exequiales, debido a que la única oferta que se encuentra en el Cantón es por parte del Sindicato de Choferes Profesionales, Funeraria Castillo y Centro Comercial, cabe recalcar que estos ofrecen únicamente el servicio de capilla ardiente; por lo que no es considerado como competencia.

- ❖ A través del Estudio de Mercado se observa que la Demanda Real del proyecto es de 7.118 personas; la Demanda Efectiva es de 6.406 personas; la Oferta corresponde a 1.598, obteniendo de ésta manera una Demanda Insatisfecha de 4.808 mediante la cual se planteó un Mercado Meta correspondiente al 30% de la Demanda Insatisfecha lo que equivale a 1.442 personas para el primer año.

- ❖ A través del Estudio Técnico se determinó la Capacidad instalada y utilizada de cada uno de los paquetes a ofrecer, en donde la capacidad instalada para la Paquete Básico es de 360 fallecidos y la utilizada de 259; para el Paquete Especial la capacidad instalada es de 240 fallecidos

y la utilizada de 43 y finalmente el Paquete Premium tiene una capacidad instalada de 180 y una capacidad utilizada de 18 fallecidos al año.

- ❖ Dentro del Estudio Económico se estableció el precio de venta al público de cada uno de los paquetes; en donde el Paquete Básico tendrá un costo de \$ 605,62 con un margen de rentabilidad del 65% para los 10 años de vida útil del proyecto; el Paquete Especial tendrá un costo de \$ 806,93 con un margen de rentabilidad del 46% y el Paquete Premium tendrá un costo de \$ 1012,24 con un margen de utilidad del 38% respectivamente.
- ❖ La evaluación financiera se realizó por medio de los siguientes indicadores, con una TMAR de 13,70%; el Valor Actual Neto da un resultado de \$ 121.056,10 dólares positivo con lo que se demuestra que el valor de la inversión aumentará. La Tasa Interna de Retorno es de 27,32% mayor que el costo de oportunidad del capital haciendo que la inversión sea rentable. La Relación Beneficio Costo corresponde a 1,73 Dólares, indicador que sustenta la realización del proyecto, ya que por cada dólar invertido se recibe una utilidad de 0,73 centavos de dólar. El Periodo de Recuperación de Capital es de 3 años, 7 meses y 25 días.
- ❖ De acuerdo al análisis de sensibilidad, se observa que el proyecto seguiría siendo rentable si se incrementan los costos en un 30% y si se disminuyen los ingresos en un 18%.

RECOMENDACIONES

i. RECOMENDACIONES

Al término de la presente investigación y sobre la base de los resultados obtenidos; estamos en capacidad de formular las siguientes recomendaciones:

- ❖ Se recomienda la aplicación del proyecto siendo su evaluación muy positiva; gracias a su localización estratégica y a las encuestas realizadas tendrá una gran acogida ya que se creará un servicio que no existe y variado que ahorrará tiempo facilitando los trámites legales.
- ❖ Es importante que la implementación de la empresa se lo haga en el menor tiempo posible debido a la constante variación de precios en el mercado y para aprovechar la demanda existente del sector.
- ❖ La puesta en marcha del presente proyecto es una oportunidad para incrementar la actividad económica en la ciudad, puesto que se abrirán nuevas plazas de trabajo y sobre todo dará mayor realce al Cantón.
- ❖ Diseñar un plan de publicidad que permita especializar estrategias para captar y mantener clientes potenciales, aprovechando la información proveniente del estudio de mercado de este proyecto.

- ❖ Otro aspecto que se debería tomar en consideración es contar con una adecuada gestión administrativa de la empresa que garantice su buen funcionamiento logrando así el posicionamiento en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

j. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- ANDER-EGG, Ezequiel y AGUILAR María José. Como elaborar un proyecto. Guía para Diseñar Proyectos Sociales y Culturales. Editorial Lumen/Humanitas.13^a. Ed. Buenos Aires.
- BLANT T. LELANDY Anthony Tarquin. Ingeniería Económica. Mc GRAW Hill.
- CADENA Jaime (2007).Material Educativo, dictado de clases de Gerencia Procesos. Ecuador.
- JONHSON, Robert W. Administración Financiera. México Continental.
- KONTS H, WEIHRICH H. “Administración: una perspectiva global” naturaleza de la planificación. 2da. Ed. Editorial SanPer, Traducción México, DF. Pág. 129.
- MALHOTRA Narres K. Investigación de Mercados un enfoque practico. 2da.ed. Madrid. Pearson Educación.
- MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. 4ta.ed. Editorial MM Editores, Colombia.
- NASSIR SAPAG Chain y Reinaldo SAPAG CHAIN. (2001). Preparación y Evaluación de Proyectos.3era.ed.
- PORTER Michael E. Estrategia Competitiva, Editorial Continental, México.
- VOLPENTESTA Jorge Roberto. Organizaciones, procedimientos y estructuras. Editorial Buyatti. Buenos Aires, PAG.55.

- WEIRS Rodrigo. Investigación de mercados, México, DF. Editorial Prentice Hall. Pág. 45.

PÁGINAS DE INTERNET

- PROARCA/Capas, Rafael Luna y Damaris Chávez, Guatemala. Marzo 2001. Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos para elaborar estudios de factibilidad. Acceso: Octubre 15 2007. Documento disponible en:
<http://www.irgltd.com/FactibilidadProyectosEcoturisticosGuatemala.pdf>
- Punto de Equilibrio y Eficacia. Monografías Internet. www.monografias.com/trabajos30/punto-equilibrio/punto-equilibrio.Shtml. Acceso: 22 de Noviembre 2007.

ANEXOS

k. ANEXOS

ANEXO N° 1



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE INGENIERÍA EN BANCA Y FINANZAS

Solicito a Usted de la manera más cordial conteste la siguiente encuesta, con toda honestidad y confianza, sus respuestas serán de estricta reserva y de gran ayuda para desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de Servicios Exequiales en la Ciudad de Yantzaza, por su colaboración prestada a la presente le anticipamos nuestros más sinceros agradecimientos.

1. Sexo

Masculino () Femenino ()

2. Sírvase indicar su ocupación actual:

.....
...

3. ¿A qué grupo de edad al que pertenece?

20 – 30 () 41 – 50 ()
31 – 40 () 51 en adelante ()

4. Indique su estado civil:

Soltero/a () Divorciado/a () Unión Libre ()
Casado/a () Viudo/a ()

5. De los siguientes rangos, ¿cuál es el que más se aproxima a su nivel de ingresos mensuales?

USD 1 – USD 500 () USD 1501 - USD 2000 ()
 USD 501 - USD 1000() USD 2001 - USD 2500 ()
 USD 1001 - USD 1500() Otros ()

6. De cada una de las opciones, ¿Cuál es la que más se aproxima a su nivel de gastos mensuales?

◆ **EDUCACIÓN**

USD 1 – USD 30 () USD 91 - USD 120 ()
 USD 31 - USD 60 () USD 121 - USD 150 ()
 USD 61 - USD 90 () Otros ()

◆ **VIVIENDA**

USD 1 – USD 100 () USD 301 - USD 400 ()
 USD 101 - USD 200() USD 401 - USD 500 ()
 USD 201 - USD 300() Otros ()

◆ **SALUD**

USD 1 – USD 100 () USD 301 - USD 400 ()
 USD 101 - USD 200() USD 401 - USD 500 ()
 USD 201 - USD 300() Otros ()

◆ **ALIMENTACIÓN**

USD 1 – USD 100 () USD 301 - USD 400 ()
 USD 101 - USD 200() USD 401 - USD 500 ()
 USD 201 - USD 300() Otros ()

7. ¿De los siguientes lugares que prestan Servicios Exequiales en el Cantón Yantzaza a cual acudió Usted?

Sindicato de Choferes Profesionales de Yantzaza ()
 Centro Comercial del Cantón Yantzaza ()
 Funeraria Catillo ()
 No han Utilizado ()

8. ¿Ha utilizado alguna vez un Servicio Funerario?

Si () No ()

9. ¿Estaría usted de acuerdo en adquirir los Servicios Exequiales que prestara la funeraria?

Si () No ()

Si su respuesta es afirmativa, continúe con las siguientes preguntas, caso contrario, gracias por su colaboración.

10. ¿Dónde piensa usted que sería el lugar más adecuado para ubicar la Funeraria?

- Al Norte ()
- Al Sur ()
- En el Centro ()

11. De los tipos de servicio funerarios que detallamos a continuación, ¿cuál estaría dispuesto a adquirir?

- Servicio de traslado de fallecidos ()
- Sala de velaciones ()
- Atención personalizada durante la velación ()
- Trámites legales para la inhumación ()
- Publicación de parte mortuario en radio ()
- Arreglos florales, Servicio de cafetería ()
- Habitación de descanso, entre otros ()

12. La sala de velación debería tener una capacidad para:

- 50 personas ()
- 75 personas ()
- 100 personas ()
- Más de 100 ()

13. ¿Cuánto pagaría por un servicio funerario?

- USD 700 – USD 800 Paquete Básico ()
- USD 801 – USD 900 Paquete Especial ()
- USD 901 – USD 1.000 Paquete Premium ()
- USD 1.001 en adelante Paquete Premium ()

14. ¿Estaría dispuesto a comprar un servicio funerario por anticipado?

- Si ()
- No ()

15. ¿Cómo pagaría este servicio funerario anticipado?

- Al contado ()
- Con documentos ()
- En cuotas ()

16. ¿A qué plazo le convendría pagar el servicio funerario anticipado?

- 6 meses ()
- 12 meses ()
- 24 meses ()
- 36 meses ()

17. Si contrata un servicio funerario anticipado, lo contrataría para:

- Usted ()
- Usted y su pareja ()
- Usted, su pareja y sus hijos ()
- Sus padres ()
- Otros ()

18. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría que se dé a conocer la nueva Funeraria?

- Televisión:** Los Encuentros TV ()
- Radio:** Romántica () Amazonas ()
- Integración ()
- Periódico:** Diario La Hora () Crónica ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 2

LA VISIÓN DEBE RESPONDER A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

¿Qué tratamos de conseguir?

Convertirse en la principal empresa en la Provincia de Zamora Chinchipe y mantener el liderazgo en la prestación de Servicios Exequiales

¿Cuáles son nuestros valores?

La Empresa de Servicios Exequiales siempre respetará los sentimientos de nuestros clientes demostrando en todo momento calidad humana y comprensión.

¿Cómo produciremos resultados?

Mediante proyecto de expansión a otros cantones de la provincia de Zamora Chinchipe.

¿Cómo nos enfrentaremos al cambio?

Contando con tecnología adecuada y capacitaciones constantes al personal tanto del área administrativa como del área de servicios.

¿Cómo conseguiremos ser competitivos?

Mediante la prestación de un Servicio Exequial que hasta la actualidad no existe en el Cantón y que a su vez sea confiable y seguro para nuestros clientes; así como también ofreciendo los precios más cómodos para las familias

LA MISIÓN DEBE RESPONDER A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

¿Por qué existimos (cuál es nuestro propósito básico)?

Para brindar a toda la población del Cantón Yantzaza un Servicio Exequial de calidad que hasta la actualidad no existe.

¿En qué sector debemos estar?

La Funeraria está dirigida a todo el Cantón Yantzaza incluyendo parroquias urbanas y rurales.

¿Quién es nuestro usuario o ciudadano objetivo?

Nuestro mercado objetivo son todas las personas económicamente activas del Cantón Yantzaza que requieran de un Servicio Exequial.

¿En dónde se encuentra nuestro usuario o ciudadano objetivo?

Nuestro ciudadano objetivo se encuentra en todo el Cantón Yantzaza.

¿Qué necesidades podemos satisfacer?

Darle a la ciudadanía un servicio mediante el cual ellos puedan brindarle el último adiós a sus seres queridos.

¿Cómo se va a satisfacer estas necesidades?

Prestando un servicio en el cual se ofrezca un ambiente tranquilo, acogedor y muy cómodo para las familias que nos visitan, además brindando atención con un personal altamente capacitado.

¿Cuáles son nuestros productos o servicios presentes o futuros?

Nuestros servicios son:

- ◆ Servicio de traslado de fallecidos.
- ◆ Sala de velación.
- ◆ Cofre
- ◆ Atención personalizada durante la velación.
- ◆ Trámites legales para la inhumación.
- ◆ Publicación de parte mortuario en radio.
- ◆ Servicio de cafetería
- ◆ Arreglos florales
- ◆ Habitación de descanso.

¿En qué nos distinguimos?

Nos distinguimos por ser la primera empresa de Servicios Exequiales en el Cantón Yantzaza y en la provincia de Zamora Chinchipe brindando un servicio de calidad con precios cómodos.

¿Qué característica especial tenemos o deseamos tener?

Tenemos la característica de brindar un Servicio Exequial completo de calidad con precios cómodos y además damos facilidades de pago ya que se ofrecen planes prepagados a 12 meses plazo.

¿Cómo mediremos el éxito de la misión?

Al éxito lo mediremos una vez que se haya creado valor tanto para los accionistas como para los empleados y contribuyendo con el progreso del Cantón.

DEPRECIACIONES

ANEXO N° 3

DEPRECIACIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIÓN DEL EDIFICIO

$$\text{Depreciacion Lineal} = \frac{\text{Costo del Bien} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Util}}$$

Costo 94.998,56

Vida Útil 20 años

Valor Residual (5%) 4.749,93

Valor a Depreciar 90.248,63

Valor Anual a Depreciar 4.512,43

AÑOS	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN DÓLARES
0	94.998,56	-	-	94.998,56
1		4.512,43	4.512,43	90.486,13
2		4.512,43	9.024,86	85.973,70
3		4.512,43	13.537,29	81.461,27
4		4.512,43	18.049,73	76.948,83
5		4.512,43	22.562,16	72.436,40
6		4.512,43	27.074,59	67.923,97
7		4.512,43	31.587,02	63.411,54
8		4.512,43	36.099,45	58.899,11
9		4.512,43	40.611,88	54.386,68
10		4.512,43	45.124,32	49.874,24
11		4.512,43	49.636,75	45.361,81
12		4.512,43	54.149,18	40.849,38
13		4.512,43	58.661,61	36.336,95
14		4.512,43	63.174,04	31.824,52
15		4.512,43	67.686,47	27.312,09

16		4.512,43	72.198,91	22.799,65
17		4.512,43	76.711,34	18.287,22
18		4.512,43	81.223,77	13.774,79
19		4.512,43	85.736,20	9.262,36
20		4.512,43	90.248,63	4.749,93

ANEXO N° 4

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

$$\text{Depreciacion Lineal} = \frac{\text{Costo del Bien} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Util}}$$

Costo 10.515,45

Vida Útil 10 años

Valor Residual (10%) 1.051,55

Valor a Depreciar 9.463,91

Valor Anual a Depreciar 946,39

AÑOS	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN DÓLARES
0	10.515,45			10.515,45
1		946,39	946,39	9.569,06
2		946,39	1.892,78	8.622,67
3		946,39	2.839,17	7.676,28
4		946,39	3.785,56	6.729,89
5		946,39	4.731,95	5.783,50
6		946,39	5.678,34	4.837,11
7		946,39	6.624,73	3.890,72
8		946,39	7.571,12	2.944,33
9		946,39	8.517,51	1.997,94
10		946,39	9.463,91	1.051,55

ANEXO N° 5

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO Y MAQUINARIA

$$\text{Depreciacion Lineal} = \frac{\text{Costo del Bien} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

Costo 2.206,40

Vida Útil 10años

Valor Residual (10%) 220,64

Valor a Depreciar 1.985,76

Valor Anual a Depreciar 198,58

AÑOS	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN DÓLARES
0	2.206,40			2.206,40
1		198,58	198,58	2.007,82
2		198,58	397,15	1.809,25
3		198,58	595,73	1.610,67
4		198,58	794,30	1.412,10
5		198,58	992,88	1.213,52
6		198,58	1.191,46	1.014,94
7		198,58	1.390,03	816,37
8		198,58	1.588,61	617,79
9		198,58	1.787,18	419,22
10		198,58	1.985,76	220,64

ANEXO N° 6

DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO

$$\text{Depreciacion Lineal} = \frac{\text{Costo del Bien} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Util}}$$

Costo	28.000,00
Vida Útil	5 años
Valor Residual (20%)	5.600,00
Valor a Depreciar	22.400,00
Valor Anual a Depreciar	4.480,00

AÑOS	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN DÓLARES
0	28.000,00			28.000,00
1		4.480,00	4.480,00	23.520,00
2		4.480,00	8.960,00	19.040,00
3		4.480,00	13.440,00	14.560,00
4		4.480,00	17.920,00	10.080,00
5		4.480,00	22.400,00	5.600,00

ANEXO N° 7

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

$$\text{Depreciacion Lineal} = \frac{\text{Costo del Bien} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Util}}$$

Costo 1.912,51

Vida Útil 3 años

Valor Residual (33.33%) 637,44

Valor a Depreciar 1.275,07

Valor Anual a Depreciar 425,02

AÑOS	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN DÓLARES
0	1.912,51			1.912,51
1		425,02	425,02	1.487,49
2		425,02	850,05	1.062,46
3		425,02	1.275,07	637,44

ANEXO N° 8

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

$$\text{Depreciacion Lineal} = \frac{\text{Costo del Bien} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Util}}$$

Costo	449,12
Vida Útil	10 años
Valor Residual (10%)	44,91
Valor a Depreciar	404,21
Valor Anual a Depreciar	40,42

AÑOS	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN DÓLARES
0	449,12			449,12
1		40,42	40,42	408,70
2		40,42	80,84	368,28
3		40,42	121,26	327,86
4		40,42	161,68	287,44
5		40,42	202,10	247,02
6		40,42	242,52	206,60
7		40,42	282,94	166,17
8		40,42	323,37	125,75
9		40,42	363,79	85,33
10		40,42	404,21	44,911

ANEXO N° 9**FUNERARIA EL ÚLTIMO ADIÓS****ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AÑO 2011****(En dólares de los Estados Unidos de América)**

Se hace constar bienes, valores y obligaciones de la empresa durante el primer año de operaciones.

ACTIVOS	VALOR	TOTAL
CORRIENTE		
Efectivo	0,00	
Bancos	0,00	
Cuentas por cobrar	0,00	
TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE		0,00
FIJO		
Terreno	180.000,00	
Construcción y Adecuación del Edificio	94.998,56	
Muebles y Enseres	10.515,45	
Equipo y Maquinaria	2.206,40	
Equipo de Computación	1.912,51	
Equipo de Oficina	449,12	
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS		290.082,04
DIFERIDO		
Permiso de Bomberos	8,00	
Patente Municipal	280,00	
Estudios Preliminares	500,00	
Legales	300,00	
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS		1.088,00
TOTAL DE ACTIVOS		291.170,04
PASIVOS		
Préstamo Bancario	130.000,00	
TOTAL PASIVOS		130.000,00
CAPITAL		
Capital Propio	161.170,04	
TOTAL PASIVO + CAPITAL		291.170,04

F. GERENTE

F. CONTADORA

PROFORMAS

ANEXO N° 10

PROFORMAS

ORFEBRERIA METÁLICA AMBATO

PROFORMA

COTIZACION CAPILLA ARDIENTE MODELO 5 OPCION C			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO VENTA
6	PORTABOMBILLOS	135	810
6	BOMBILLOS	20	120
2	CANDELEROS DE VELAS	70	140
2	PORTAFLORERO	140	280
2	FLOTEROS	90	180
2	ANDAS	140	280
1	PORTACRUZ Y COLUMNA	120	120
1	CRUZ TALLADA CON CRISTO DE ALUMINIO	140	140
	TOTAL		2070
	IVA		248,4
	TOTAL CAPILLA ARDIENTE		2318,4



PROFORMA

NUEVAS FORMAS

Artisanos-Carpinteros

Fabricantes y Distribuidores de cofres mortuorios.
 Mapasingue Este Calle 6ta y vía Daule.
 Telefono: 2001951 / 099347200
 nuevasformascdm@hotmail.com
 www.ataudesecuador.com
 Guayaquil-Ecuador

MODELO DE COFRES: BRILLANTE \$ Precio: PROVINCIAS

PARAISO-----	195,00
ELIPSE-----	195,00
REFUGIO-----	122,00
ELIPSE ELITE-----	220,00
TRADICIONAL-----	250,00
SEÑORIAL-----	225,00
JUMBO SEÑORIAL-----	320,00 (2.10 x0.70 mts.)
FORTALEZA-----	310,00
ELITE-----	240,00
HAURORA-----	140,00
JUMBO HAURORA-----	215,00 (2.10 x 0.70 mts.)
HAURORA I-----	145,00
JUMBO HAURORA I-----	220,00 (2.10 x 0.70 mts.)
HAURORA II-----	150,00
HAURORA COLOR BLANCO-----	150,00

ALBORADA-----	145,00
JUMBO ALBORADA-----	220,00 (2.10 x 0.70 mts.)
ISRAELITA-----	110,00
COFRE DE RESTOS-----	56,00
URNAS PARA CENIZAS-----	40,00

HAURORA JUNIOR:

RECIEN NACIDO-----	75,00
6 MESES-----	80,00
3-6 ANOS-----	90,00
10-12 ANOS-----	105,00
14-15ANOS-----	120,00
Recién Nacido – Diseño infantil.....	78,00

TAPIZADOS ADICIONALES:

TAPIZADO IMPERIAL: faldón de costado y faldón de tapa-----	\$30,00
TAPIZADO PRINCIPE:faldónde costado-----	\$18,00
TAPIZADO NIDO DE ABEJA-----	\$45,00*satín
ALMOHADA-----	\$ 5,00

ACCESORIOS ADICIONALES:

Crucifijo pequeño.....	\$5,00
Crucifijo grande.....	\$8,00
Cofres acabado mate.....	\$5,00 (más el precio de arriba)

NOTA: está incluido el transporte de 5 cofres en adelante.

ALMACENES IAFA

PROFORMA

CANT	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
5	Ropa de protección: Mandil en tela antilíquido, antibacteriano, antiestático y repelente al agua y aceite.	27,98	139,9
5	Ropa de protección: Gorro de Tela	3,58	17,9
5	Ropa de protección: Tapa boca	1,25	6,25
5	Ropa de protección: Mangas plásticas	2,23	11,15
		Subtotal	175,2
		IVA	21,02
		TOTAL	196,22

CANT	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
5	Ropa de protección: Mandil en tela gabardina, antibacteriano.	24,45	122,25
		Subtotal	122,25
		IVA	14,67
		TOTAL	136,92

María Luisa Muñoz de Borja

072587427 Almacén

096769972 celular

mlmunozb@iafa.com.ec

Loja-Ecuador

www.iafa.com.ec

Ing. Julio César Luna Cruz
GRAFICAS SANTIAGO
 Azuay 16-22 entre 18 de Noviembre y Av. Universitaria
 R.U.C.: 1102021464001 CONMUTADOR: 072573358

PROFORMA N° 1180

Cliente: A
Fecha: 06/06/2012
Dirección: SUCRE Y CARIAMANGA 1640
Telefono: 563-826

Pag. #: 1
RUC: 100310380001

Código	Descripción	Cant.	P.U.	Total
002341	GS 747 GRAPADORA SWINGLINE SW.GR.747	2.00	9.6500	19.3000
009470	SC DR-120TM SUMADORA CASIO BK/WE	1.00	50.6700	50.6700
000881	PKW 978 PERFORADORA KW GRANDE PF.K.978	2.00	3.7000	7.4000
017077	SE SACAGRAPAS R5026B EAGLE	2.00	0.3300	0.6600
014328	CS SCOTCH 12X20 DELI MEDIANA 30014	12.00	0.1000	1.2000
000198	DE 898M DISPENSADOR EAGLE MEDIANO	2.00	1.4300	2.8600
000138	BBM BOLIG BIC MEDIO	48.00	0.1800	8.6400
000092	LM LAPIZ MONGOL 482-2	24.00	0.1900	4.5600
002285	CB CORREC BIC TIPO LAPIZ SHAKE&QUEZZE	12.00	1.1300	13.5600
003585	RYA RESALTAD YOKA AM KH3-01A	10.00	0.3600	3.6000
001228	PBD A4 PAPEL BOND DISPALASER 75 GR (HOJA)	5.00 RESx500	3.3000	16.5000
000727	PS 57X55 PAPEL SUMADORA 1P 57 MM.	12.00	0.2200	2.6400
008227	PF PAPEL FAX LANCER RL200 30YDS RL.U.2	6.00	1.1600	6.9600
000700	SM F4 SOBRE MANILA 250X340 MM	100.00	0.0600	6.0000
000216	BP PZ-20 BORRA PELIKAN (CJAX20 UN)	5.00	0.1000	0.5000
015931	AO ARCH AZ OF IDEAL	5.00	1.9000	9.5000

SubTotal:	154.55
Descuentos:	0.00
Sub. Neto:	154.55
Subtotal IVA 12%:	135.41
Subtotal IVA 0%:	19.14
IVA 12%:	16.25
TOTAL:	170.80

PROFORMA VALIDA HASTA 8 DIAS ENTREGA INMEDIATA

RUC. 1102021464001
 Ing. Julio César Luna C.
GRAFICAS SANTIAGO
 LOJA - ECUADOR

Cliente:
 CUEVA SIMANCAS LORENZO
 1900198092001
 YANTZAZA
 Fono 2300354
 Fax
 Fecha Cotizacion: 06/06/2012

**PROFORMA N°
 16284**

Vendedor: AGUSTO CASTRO



Cant.	Part Number	Descripción	CPVP.	P.U.	Total
1	00000006709	CASE SP 3343	3		1,138.39
2	00000008459	MOTHER BIOSTAR H61MHB SOCK 1155 DDR3-1333SOPORT /I5/I7/HDMI DVI	3		
2	00000008234	PROCESADOR INTEL DUAL CORE G620 2.6GHZ/3MB CACHE SOCK 1155	3		
2	00000004850	DISCO 500 GB SEAGATE SATA/WD/MAXTOR	3		
2	00000003032	UNIDAD DVD WRITER LG NEGROS SATA	3		
2	00000005378	LECTOR DE MEMORIAS INTERNO ALTEK/APEX 2.5	3		
2	00000000837	CABLE DE PODER PARA SERIAL ATA	3		
2	00000005054	CABLE DE DATOS OMEGA/GENERICO SATA	3		
2	00000004170	MONITOR 18.5 LG LCD W1943C	3		
2	00000002790	TECLADO GENIUS KB 220E MULTIMEDIA USB	3		
2	00000002369	MOUSE GENIUS XSCROLL USB NEGROS	3		
2	00000003353	REGULADOR DE VOLTAJE FORZA 1200VA 600W AVR FVR-1211B	3		
2	00000004579	PAD MOUSE DE FIGURAS PVC	3		
2	00000004047	COBERTORES DE 19 LCD CON LOGO MASTER PC	3		
2	00000004934	LICENCIA DE NOD32 ANTIVIRUS ESET 5.0 OEM	3		
1	00000007183	IMPRESORA CANON PIXMA MP280 (GRATIS CABLE USB)	3		
2	00000005546	MEMORIA 2GB KINGSTON 1333 MHZ/DDR3	3		
2	00000006090	PARLANTES GENIUS SP-M200 120V US	3		
2	00000003010	SILLAS GIRATORIAS NORMAL (GRATIS CABLE IPOD THINK TEC A RCA RETRACTIL (HKIP05))	3		
2	00000005893	MESA MADREA OFFICE MUEBLE TK 700	3		
1	00000004369	ENSAMBLADO DE EQUIPOS-ALBERTO	3		

Subtotal \$ 1,138.39
 Descuentos \$ 0.00
 Subtotal Neto \$ 1,138.39
 Subtotal IVA 0% 0.00
 Subtotal IVA 12% 1,138.39
 IVA 12% 136.61
 Recargo \$ 0.00
 TOTAL USD\$ 1,275.00

PRINCIPAL : AZUAY 1257 Y OLMEDO FONO:2589359-2564204-2562950
 SUCURSAL1 : AV MANUE AGUSTIN AGUIRRE Y COLON 2560292
 SUCURSAL2 : AV GRAN COLOMBIA Y ANCON 2575819
 SUCURSAL3-ZAMORA: SEVILLA DE ORO Y 24 DE MAYO 2606387
 masterpc@masterpc.com.ec



Representaciones León

DISTRIBUIDOR DE HIGIENE INSTITUCIONAL

Franklin Rodrigo León A.

Dir.: Sucre 12-50 y Mercadillo * Teléf.: 2586727

R.U.C. 1900103548001

esdjuank@yahoo.es / esdjuank@hotmail.com

representaciones.leon@yahoo.es

Loja - Ecuador

Loja, Miércoles, 6 de JUNIO de 2012

PROFORMA Nro.: 3654

Srs.
LORENZO CARLOS SIMANCAS
Dirección:
RUC:
Ciudad.-

Teléfono:

De mis consideraciones,

Me permito a continuación presentarle la cotización de los siguientes productos.

Cant.	DESCRIPCION	V/Unitario	V/Total
4	DISP JUMBO ROLL SERIE I BL K-CLAR	21.1460	84.58
3	DISP JABONERA 500ML SERIE I K-CLARK	21.1460	63.44
3	JABON KIMCARE CREMA 500 ML UN	2.6500	7.95
1	P.H JUMBO SCOTT 550 MT 1 H PACAX 4	17.3200	17.32
1	DISP TOALLER SANITOUCH CARG 1 ROLLO	52.8570	52.86
1	TOALLA SCOTT MEGA NAT PAQx6x250 MT	67.2300	67.23
3	ESCOBA PLASTICA T-R	2.4120	7.24
1	TRAPERDIFOYA 500 GR C/MANG Y SUJETAD	17.8500	17.85
2	TRAPEADOR COPA /24 VIRUTEX	4.9000	9.80
3	CEPILLO P/BAND C/BASE LA BRUJITA	1.8640	5.59
48	PATO TANQUE X1 FUNDA	1.7860	85.73
24	REJILLA DESODORANTE URINARIO	4.6880	112.51
3	RECOGEDORES DE BASURA VIRUTEX	2.3210	6.96
1	DESINFECTANTE BIOSOL OZZ GL (5a1)	4.0630	4.06
1	CLORO OZZ GALON 5.5 %	3.0800	3.08
12	FUNDA NGR DRA FAC 23.5"x27" ROLLx20	2.0600	24.72
12	GUANTE MASTER BICOLOR C-22 # 8	1.5370	18.44
12	FORMOL GALON	9.4260	113.11
1	FORMOL GALON		

SUBTOTAL: 702.47
12% IVA: 84.30
TOTAL: 786.77

Observaciones:

Atentamente,

Representaciones León
R. UGENTE/PROPIETARIO
FRANKLIN RODRIGO LEON A.



JIMMY SAUL
MONTALVAN HIDALGO

Dirección: Av. Universitaria 03-54 y Quito Telf.: 2578692 - Cel: 093668660
• LOJA - ECUADOR

R.U.C. 1103344980001
PROFORMA

001-001 N° 000000699

SEÑORES: LORENZO CUEVA.

RUC o CI: _____ TELÉFONO: _____

DIRECCIÓN: JANZATZA.

DIA	MES	AÑO
09	06	2012

CANT.	DESCRIPCION	P. Unitario	V/Total
2	SILLONES SECRETARIA FOCUS, IMPORTADOS, GTRATORIOS, NEUMATICOS, TAPIZ EN CORAL O JUTE IMPORTADOS.	80.36	160.72
1	SILLAS TETRAPEDEGALES GRAFFELTY, ESTRUCTURA DE MADERA ACERADO, PUENTE AL HORMO, TAPIZ EN CORAL O JUTE IMPORTADOS.	200.89	200.89
1	ESCRITORIO EJECUTIVO	209.82	209.82
6	SILLAS DE ESPERA	40.18	241.08
1	SILLON EJECUTIVO	200.89	200.89
2	ARCHIVADOR PEQUEÑO	156.25	312.50
1	ARCHIVADOR GRANDE	174.11	174.11
1	SALA DE ESTAR	803.57	803.57
1	SOFA CAMA	232.14	232.14

Validez de la Oferta: _____

Tiempo de entrega: _____

Transporte: _____

Garantía: _____

Forma de Pago: _____

Son: _____

SUBTOTAL \$	2535,72
DESCUENTOS \$	
IVA 0 % \$	
IVA 12 % \$	304,29
TOTAL A COBRAR \$	2840,01

601-700



ÍNDICE

Temas	Páginas
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Título.....	8
Resumen.....	10
Summary.....	13
Introducción.....	17
Revisión de Literatura.....	21
Materiales y métodos.....	68
RESULTADOS	
Tabulación de encuestas aplicada a la Población Económicamente Activa del Cantón Yantzaza.....	73
Estudio de Mercado.....	99
Plan de Marketing.....	120
Estudio Técnico.....	131

Organización Legal - Administrativo.....	158
Estudio Económico.....	186
Evaluación Financiera.....	244
Discusión.....	262
Conclusiones.....	268
Recomendaciones.....	271
Bibliografía.....	274
Anexos.....	277
Proformas.....	294

ÍNDICE

CUADROS	PÁGINAS
CUADRO N°1 Pregunta N° 1	74
CUADRO N° 2 Pregunta N° 2.....	75
CUADRO N° 3 Pregunta N° 3.....	76
CUADRO N° 4 Pregunta N° 4.....	77
CUADRO N° 5 Pregunta N° 5.....	78
CUADRO N° 6 Pregunta N° 6.....	79
CUADRO N° 7 Pregunta N° 6.....	80
CUADRO N° 8 Pregunta N° 6.....	82
CUADRO N° 9 Pregunta N° 6.....	83
CUADRO N° 10 Pregunta N° 7.....	85
CUADRO N° 11 Pregunta N° 8.....	86
CUADRO N° 12 Pregunta N° 9.....	87
CUADRO N° 13 Pregunta N° 10.....	88
CUADRO N° 14 Pregunta N° 11.....	89
CUADRO N° 15 Pregunta N° 12.....	90

CUADRO N° 16 Pregunta N° 13.....	91
CUADRO N° 17 Pregunta N° 14.....	92
CUADRO N° 18 Pregunta N° 15.....	93
CUADRO N° 19 Pregunta N° 16.....	94
CUADRO N° 20 Pregunta N° 17.....	95
CUADRO N° 21 Pregunta N° 18.....	96
CUADRO N° 22 Variables Geográficas.....	105
CUADRO N° 23 Variables Demográficas.....	106
CUADRO N° 24 Demanda Potencial.....	109
CUADRO N° 25 Demanda Real.....	110
CUADRO N° 26 Demanda Efectiva.....	111
CUADRO N° 27 Oferta.....	112
CUADRO N° 28 Demanda Insatisfecha.....	113
CUADRO N° 29 Mercado Meta.....	114
CUADRO N° 30 Publicidad en Medios de Comunicación.....	127
CUADRO N° 31 Capacidad Instalada Paquete Básico.....	133
CUADRO N° 32 Capacidad Instalada Paquete Básico.....	133

CUADRO N° 33	Capacidad Utilizada Paquete Básico.....	134
CUADRO N° 34	Capacidad Instalada Paquete Especial.....	135
CUADRO N° 35	Capacidad Instalada Paquete Especial.....	135
CUADRO N° 36	Capacidad Utilizada Paquete Especial.....	136
CUADRO N° 37	Capacidad Instalada Paquete Premium.....	137
CUADRO N° 38	Capacidad Instalada Paquete Premium.....	137
CUADRO N° 39	Capacidad Utilizada Paquete Premium.....	138
CUADRO N° 40	Cuadro de Macrolocalización.....	141
CUADRO N° 41	Flujograma Analítico.....	145
CUADRO N° 42	Rol de Pagos.....	153
CUADRO N° 43	Muebles y Enseres.....	154
CUADRO N° 44	Equipo y Maquinaria.....	154
CUADRO N° 45	Equipo de Oficina.....	155
CUADRO N° 46	Equipo de Computación.....	155
CUADRO N° 47	Suministros de Oficina.....	155
CUADRO N° 48	Manual de Funciones Junta General de Socios.....	175
CUADRO N° 49	Manual de Funciones Gerente.....	177

CUADRO N° 50 Manual de Funciones Asesor Jurídico.....	178
CUADRO N° 51 Manual de Funciones Secretaria Contadora.....	179
CUADRO N° 52 Manual de Funciones Atención al Cliente.....	180
CUADRO N° 53 Manual de Funciones Chofer.....	181
CUADRO N° 54 Manual de Funciones Formolizador.....	182
CUADRO N° 55 Manual de Funciones Auxiliar de Limpieza.....	183
CUADRO N° 56 Manual de Funciones Ayudante.....	184
CUADRO N° 57 Requerimiento de Terreno.....	187
CUADRO N° 58 Requerimiento de Construcción y Adecuación.....	187
CUADRO N° 59 Requerimiento de Muebles y Enseres.....	190
CUADRO N° 60 Requerimiento de Equipo y Maquinaria.....	191
CUADRO N° 61 Requerimiento de Vehículo.....	191
CUADRO N° 62 Requerimiento de Equipo de Computación.....	192
CUADRO N° 63 Requerimiento de Equipo de Oficina.....	192
CUADRO N° 64 Resumen de Activos Fijos.....	193
CUADRO N° 65 Depreciación de Activos Fijos.....	194
CUADRO N° 66 Activos Diferidos.....	194

CUADRO N° 67	Amortización de Activos Diferidos.....	195
CUADRO N° 68	Presupuesto de Materia Prima Directa Paquete Basica.....	196
CUADRO N° 69	Presupuesto de Materia Prima Directa Paquete Especial.....	197
CUADRO N° 70	Presupuesto de Materia Prima Directa Paquete Premium.....	197
CUADRO N° 71	Presupuesto de Materiales Indirectos Paquete Básico.....	198
CUADRO N° 72	Presupuesto de Materiales Indirectos Paquete Especial.....	199
CUADRO N° 73	Presupuesto de Materiales Indirectos Paquete Premium.....	199
CUADRO N° 74	Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	201
CUADRO N° 75	Presupuesto de Servicios Básicos.....	202
CUADRO N° 76	Requerimiento de Suministros Oficina.....	202
CUADRO N° 77	Requerimiento de Materiales de Aseo.....	204
CUADRO N° 78	Requerimiento de Publicidad.....	205
CUADRO N° 79	Requerimiento de Combustibles.....	206

CUADRO N° 80	Requerimiento de Equipo de Servicio.....	206
CUADRO N° 81	Resumen Personal Administrativo.....	208
CUADRO N° 82	Resumen Personal de Ventas.....	209
CUADRO N° 83	Resumen Capital de Trabajo.....	210
CUADRO N° 84	Resumen Total de Inversiones.....	211
CUADRO N° 85	Financiamiento.....	212
CUADRO N° 86	Presupuesto de Costos.....	215
CUADRO N° 87	Costo Unitario Paquete Básico.....	217
CUADRO N° 88	Costo Unitario Paquete Especial.....	218
CUADRO N° 89	Costo Unitario Paquete Premium.....	218
CUADRO N° 90	Precio de Venta al Publico Paquete Básico.....	219
CUADRO N° 91	Precio de Venta al Publico Paquete Especial.....	220
CUADRO N° 92	Precio de Venta al Publico Paquete Premium.....	220
CUADRO N° 93	Ingresos por Ventas al Contado Paquete Básico.....	222
CUADRO N° 94	Ingresos por Ventas a Diferido Paquete Básico.....	223
CUADRO N° 95	Tabla de Amortización Ventas Diferido.....	223
CUADRO N° 96	Ingresos por Ventas Totales Paquete Básico.....	224

CUADRO N° 97 Ingresos por Ventas al Contado Paquete Especial.....	225
CUADRO N° 98 Ingresos por Ventas a Diferido Paquete Especial.....	226
CUADRO N° 99 Ingresos por Ventas Totales Paquete Especial.....	226
CUADRO N° 100 Ingresos por Ventas al Contado Paquete Premium.....	227
CUADRO N° 101 Ingresos por Ventas a Diferido Paquete Premium.....	228
CUADRO N° 102 Ingresos por Ventas Totales Paquete Premium.....	229
CUADRO N° 103 Ingresos por Ventas Totales Paquete Básico, Especial y Premium.....	230
CUADRO N° 104 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	232
CUADRO N° 105 Clasificación de Costos.....	234
CUADRO N° 106 Flujo de Caja.....	245
CUADRO N° 107 Valor Actual Neto.....	249
CUADRO N° 108 Tasa Interna de Retorno.....	250
CUADRO N° 109 Relación Beneficio Costo.....	252
CUADRO N° 110 Periodo de Recuperación de Capital.....	253
CUADRO N° 111 Análisis de Sensibilidad con Incremento en los costos.....	255

CUADRO N° 112 Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos.....	258
--	-----

ÍNDICE

GRÁFICOS	PÁGINAS
GRÁFICO N° 1 Pregunta N° 1	74
GRÁFICO N° 2 Pregunta N° 2.....	75
GRÁFICO N° 3 Pregunta N° 3.....	76
GRÁFICO N° 4 Pregunta N° 4.....	77
GRÁFICO N° 5 Pregunta N° 5.....	78
GRÁFICO N° 6 Pregunta N° 6.....	79
GRÁFICO N° 7 Pregunta N° 6.....	81
GRÁFICO N° 8 Pregunta N° 6.....	82
GRÁFICO N° 9 Pregunta N° 6.....	83
GRÁFICO N° 10 Pregunta N° 7.....	85
GRÁFICO N° 11 Pregunta N° 8.....	86
GRÁFICO N° 12 Pregunta N° 9.....	87
GRÁFICO N° 13 Pregunta N° 10.....	88
GRÁFICO N° 14 Pregunta N° 11.....	89
GRÁFICO N° 15 Pregunta N° 12.....	90
GRÁFICO N° 16 Pregunta N° 13.....	91

GRÁFICO N° 17 Pregunta N° 14.....	92
GRÁFICO N° 18 Pregunta N° 15.....	93
GRÁFICO N° 19 Pregunta N° 16.....	94
GRÁFICO N° 20 Pregunta N° 17.....	95
GRÁFICO N° 21 Pregunta N° 18.....	96
GRÁFICO N° 22 Logotipo de la Empresa de Servicios Exequiales.....	125
GRÁFICO N° 23 Anuncio en Diario la Hora.....	127
GRÁFICO N° 24 Hoja Volante.....	129
GRÁFICO N° 25 Mapa de Macrolocalización.....	140
GRÁFICO N° 26 Mapa de Microlocalización.....	142
GRÁFICO N° 27 Croquis de Ubicación.....	144
GRÁFICO N° 28 Organigrama Estructural.....	171
GRÁFICO N° 29 Organigrama Funcional.....	173
GRÁFICO N° 30 Organigrama Posicional.....	174
GRÁFICO N° 31 Punto de Equilibrio Año 1.....	240
GRÁFICO N° 32 Punto de Equilibrio Año 10.....	242