

# **ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA INGENIERÍA EMPRESARIAL**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CAMPO SANTO EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA.**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA  
EMPRESARIAL.**

**MAYRA FERNANDA HARO HARO.**  
**(mayrahh@hotmail.com)**

**DIRECTORA: ING. NARCISA ROMERO**  
**(narcisar@uio.satnet.net)**

**2009**

## DECLARACIÓN

Yo, Mayra Fernanda Haro Haro, declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Escuela Politécnica Nacional, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

Mayra Fernanda Haro Haro

## **CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Mayra Fernanda Haro Haro, bajo mi supervisión.

---

**Ing. Narcisa Romero.**  
**DIRECTORA DEL PROYECTO**

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi Padre Dios, por todas sus bendiciones dadas a mi vida.

A mi familia, por su apoyo, amor, paciencia con las que siempre contaré en mi vida.

A mis amigos y compañeros por ofrecerme su amistad y apoyo en todo lo que necesite para la exitosa culminación de mi carrera.

A mi director de Tesis, la Ing. Narcisa Romero por brindarme su valioso conocimiento para la realización de la presente tesis.

A la Facultad de Ciencias Administrativas, Ingeniería Empresarial y a la Escuela Politécnica Nacional, por la formación académica recibida.

Mayra Fernanda Haro H.

## DEDICATORIA

Principalmente a Dios, por la agradable y perfecta voluntad que con su infinito e inmenso amor la esta haciendo en mi vida.

A mis dos más bellos ángeles que Dios pudo darme: Mi Madre Marujita y mi Madre Margarita, que a pesar de la distancia han permanecido siempre a mi lado brindándome las fuerzas necesarias para luchar y salir adelante durante toda mi vida.

A la más hermosa familia que Dios pudo darme: abuelitos, tíos, primos, hermana y la sobrinita más bella, los cuales fueron un pilar fundamental para el desarrollo de toda mi persona.

A mis profesores, ingenieros y tutores de educación básica, media y superior que supieron enseñarme con perseverancia y paciencia a lo largo de mi vida estudiantil.

A todos mis compañeros y amigos por el apoyo y compañía en cada etapa del camino recorrido juntos en nuestras alegrías y también en aquellos momentos difíciles, gracias a Dios por cada amistad dada a mi vida.

Mayra Fernanda Haro H.

## CONTENIDO

		Nº Pág.
	Declaración.....	2
	Certificación.....	3
	Agradecimiento.....	4
	Dedicatoria.....	5
	Resumen Ejecutivo .....	18
	 <b>CAPITULO I.....</b>	 <b>20</b>
1	INTRODUCCIÓN.....	20
1.1	Antecedentes Históricos.....	20
1.1.1	Edad Antigua.....	20
1.1.2	Edad Media.....	21
1.1.3	Siglo XVIII - XIX.....	21
1.1.4	Siglo XX.....	22
1.2	Antecedentes en el Ecuador.....	23
1.3	Empresas de cementerios y funerarias a través de la historia	24
1.4	Planteamiento del Problema.....	26
1.5	Objetivos de la Investigación.....	27
1.5.1	Objetivo General.....	27
1.5.2	Objetivos Específicos.....	27
1.6	Justificación del Proyecto.....	28
1.7	Hipótesis.....	29
	 <b>CAPITULO II.....</b>	 <b>30</b>
2.	MARCO TEÓRICO.....	30
2.1	Estudio de Factibilidad.....	30
2.2	Estudio de Mercado.....	32
2.2.1	Identificación del Bien o Servicio.....	33
2.2.2	Segmentación del Mercado.....	35
2.2.3	Investigación del Estudio de Mercado.....	36

2.2.3.1	Diseño de la Muestra.....	36
2.2.3.2	Tamaño de la Muestra.....	37
2.2.3.3	Elaboración y Validación del cuestionario.....	39
2.2.3.4	Trabajos de Campo.....	40
2.2.4.	La Demanda.....	40
2.2.4.1	Área del Mercado.....	41
2.2.4.2	Comportamiento Histórico.....	42
2.2.5	La Oferta.....	42
2.2.5.1	Listado de Proveedores.....	44
2.2.5.2	Régimen del Mercado.....	44
2.2.5.3	Proyección de la Oferta.....	44
2.2.6	Análisis de los Precios.....	45
2.2.6.1	Los Precios Determinados por la Estructura de costos de la Empresa.....	45
2.2.6.2	Los Precios Fijados por el Mercado.....	46
2.2.6.3	Fijación de precios con base en la Competencia.....	46
2.2.7	La Comercialización.....	46
2.2.7.1	Selección de canales de Comercialización.....	47
2.2.7.2	Publicidad.....	47
2.2.7.3	Promoción y Ventas.....	47
2.3	Estudio Técnico.....	48
2.3.1	Generalidades del Estudio Técnico.....	48
2.3.2	Tamaño del Proyecto.....	49
2.3.2.1	Capacidad del Proyecto.....	49
2.3.2.2	Factores Condicionantes del Tamaño del Proyecto.....	50
2.3.3	Localización del Proyecto.....	51
2.3.3.1	Factores Determinantes de la Localización.....	52
2.3.3.2	Marco Localización.....	53
2.3.3.3	Micro Localización.....	54
2.3.3.3.1	Proximidad y disponibilidad del mercado.....	54
2.3.3.3.2	Proximidad y disponibilidad de materias primas.....	54
2.3.3.3.3	Medios de transporte.....	55
2.3.3.3.4	Disponibilidad y servicios públicos.....	55

2.3.3.3.5	Disponibilidad de mano de obra.....	55
2.3.3.4	Ingeniería del Proyecto.....	56
2.3.3.4.1	Cadena de Valor.....	56
2.3.3.4.2	Descripción técnica del producto o servicio.....	56
2.3.3.4.3	Identificación y selección de procesos.....	56
2.3.3.4.4	Listado de equipos.....	57
2.3.3.4.5	Descripción de los insumos.....	57
2.3.3.4.6	Distribución espacial.....	57
2.3.3.4.7	Distribución interna.....	57
2.4	Estudio Organizacional y Legal.....	58
2.4.1	Estudio Organizacional.....	58
2.4.2	Diseño Organizacional.....	59
2.4.3	Organización Legal de la Empresa.....	6
2.4.3.1	Tipo de Sociedad.....	61
2.4.3.2	Constitución de una Empresa.....	63
2.5	Estudio y Evaluación Financiera.....	64
2.5.1	Estudio Financiero.....	64
2.5.1.1	Presupuesto de Inversiones.....	65
2.5.1.2	Costos y Gastos de Producción.....	66
2.5.1.3	Ingresos.....	67
2.5.2	Evaluación Financiera.....	67
2.5.2.1	Punto de Equilibrio.....	68
2.5.2.2	Flujo de Fondos.....	69
2.5.2.3	Indicadores de Rentabilidad.....	70
2.5.2.4	Análisis de Sensibilidad.....	72
	<b>CAPITULO III.....</b>	<b>73</b>
3	ESTUDIO DE MERCADO.....	73
3.1	Objetivos del Estudio de Mercado.....	73
3.1.1	Objetivo General.....	73
3.1.2	Objetivos Específicos del Estudio de Mercado.....	73
3.2	Definición e Identificación del Servicio.....	74
3.2.1	Tipos de Servicio.....	75

3.2.1.1	Servicios de Inhumación.....	75
3.2.1.2	Servicios Exequiales.....	77
3.2.2	Características para todos los Servicios.....	78
3.2.3	Modalidades de uso para el Servicio de Inhumación.....	79
3.3	Segmentación del Mercado.....	79
3.4	Investigación del Estudio de Mercado.....	80
3.4.1	Cálculo del Tamaño de la Muestra.....	80
3.4.2	Elaboración de la Encuesta.....	82
3.4.2.1	Análisis de la Información Obtenida en la Encuesta Piloto.....	83
3.4.3	Trabajo de Campo.....	833
3.4.3.1	Recopilación de Datos.....	83
3.4.3.2	Procesamiento y Análisis de Datos.....	84
3.4.3.2.1	Pregunta 1.....	84
3.4.3.2.2	Pregunta 2.....	85
3.4.3.2.3	Pregunta 3.....	86
3.4.3.2.4	Pregunta 4.....	87
3.4.3.2.5	Pregunta 5.....	88
3.4.3.2.6	Pregunta 6.....	89
3.4.3.2.7	Pregunta 7.....	90
3.4.3.2.8	Pregunta 8.....	91
3.4.3.2.9	Pregunta 9.....	93
3.4.3.2.10	Pregunta 10.....	94
3.4.3.2.11	Pregunta 11.....	95
3.4.3.2.12	Pregunta 12.....	96
3.4.3.2.13	Pregunta 13.....	97
3.5	La Demanda.....	98
3.5.1	Demanda Potencial.....	98
3.5.2	Demanda Real.....	100
3.5.3	Proyección de la Demanda.....	101
3.6	La Oferta.....	102
3.6.1	Características del Actual Cementerio General.....	103
3.6.2	Comportamiento de la Oferta.....	104
3.6.3	Proyección de la Oferta.....	105

3.6.4	Determinación de la Demanda Insatisfecha.....	107
3.7	Análisis de Precios.....	108
3.8	Comercialización.....	110
3.8.1	Estrategias de Mercado.....	111
3.8.1.1	Estrategias de los Servicios.....	111
3.8.1.2	Estrategias de Precios.....	112
3.8.1.3	Estrategias de Ventas.....	113
3.8.1.4	Estrategias de Promoción y Publicidad.....	113
	<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>115</b>
4	ESTUDIO TÉCNICO.....	115
4.1	Objetivo del estudio técnico.....	115
4.2	Tamaño del Proyecto.....	115
4.2.1	Capacidad Instalada.....	116
4.2.2	Capacidad Utilizada.....	117
4.3	Localización del Proyecto.....	119
4.3.1	Macro Localización.....	119
4.3.1.1	Proximidad y Disponibilidad de Materias Primas.....	119
4.3.1.2	Medios de Transporte.....	119
4.3.1.3	Servicios.....	119
4.3.1.4	Mano de Obra.....	120
4.3.1.5	Terreno.....	120
4.3.1.6	Clima.....	120
4.3.1.7	Descripción Geográfica.....	120
4.3.1.8	Vías de Comunicación.....	120
4.3.1.9	Servicios Básicos.....	121
4.3.1.10	Mapa De Macro Localización Del Estudio.....	121
4.3.2	Micro Localización.....	122
4.3.2.1	Matriz de Localización.....	123
4.3.2.1.1	Proximidad al Mercado.....	123
4.3.2.1.2	Vías de Acceso y Transporte.....	124
4.3.2.1.3	Seguridad de la Zona.....	124
4.3.2.1.4	Proximidad y Disponibilidad de Materias Primas.....	124

4.3.2.1.5	Servicios Básicos.....	124
4.3.2.1.6	Área Disponible para futuras Ampliaciones.....	124
4.3.2.1.7	Condiciones Topográficas.....	125
4.3.2.2	Mapa de la Microlocalización.....	125
4.3.3	Ingeniería del Proyecto.....	126
4.3.3.1	Identificación y Selección de Procesos.....	126
4.3.3.1.1	Actividades Primarias.....	127
4.3.3.1.2	Actividades de Apoyo.....	128
4.3.3.1.3	Servicios de Inhumación.....	128
4.3.3.1.4	Servicios Exequiales.....	130
4.3.3.2	Listado de Equipos.....	131
4.3.3.2.1	Terreno.....	131
4.3.3.2.2	Construcción y Adecuación de Edificio.....	132
4.3.3.2.3	Vehículo.....	132
4.3.3.2.4	Muebles y Enseres de Administración y Servicios.....	133
4.3.3.2.5	Equipos Y Maquinaria.....	134
4.3.3.2.6	Útiles de oficina.....	135
4.3.3.2.7	Servicios.....	136
4.3.3.2.8	Mano de obra.....	137
4.3.3.3	Distribución Espacial.....	137
4.3.3.4	Distribución Interna.....	139
	<b>CAPITULO V.....</b>	<b>143</b>
5	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	143
5.1	Organización de la Empresa.....	143
5.1.1	Razón Social.....	143
5.1.2	Valores y Principios.....	144
5.1.2.1	Valores.....	144
5.1.2.2	Principios.....	145
5.1.3	Objetivo General.....	145
5.1.3.1	Objetivos Específicos.....	145
5.1.4	Misión.....	146
5.1.5	Visión.....	146

5.2	Diseño Organizacional de la Empresa.....	146
5.2.1	Niveles de la Organización Administrativa.....	147
5.2.1.1	Niveles Jerárquicos.....	147
5.2.2	Organigrama Estructural.....	148
5.2.3	Organigrama Funcional de la Empresa.....	149
5.3	Organización Legal de la Empresa.....	150
5.3.1	Aspectos Legales.....	150
5.3.1.1	Selección del Tipo de Sociedad.....	150
5.3.1.2	Constitución de la Empresa “Campo Santo El Recuerdo”.....	150
5.3.2	Políticas de la Empresa.....	155
	<b>CAPITULO VI.....</b>	<b>156</b>
6	ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	156
6.1	Estudio Financiero.....	156
6.1.1	Presupuesto de Inversión.....	156
6.1.1.1	Inversiones en Activos Fijos.....	156
6.1.1.1.1	Depreciación activos fijos.....	161
6.1.1.2	Inversiones En Activos Diferidos.....	162
6.1.1.2.1	Amortización activos intangibles.....	163
6.1.1.3	Capital De Trabajo.....	163
6.1.1.3.1	Requerimiento de materiales directos.....	163
6.1.1.3.2	Servicios Básicos.....	165
6.1.1.3.3	Útiles de Oficina.....	165
6.1.1.3.4	Remuneración del personal.....	166
6.1.1.3.5	Publicidad.....	167
6.1.1.3.6	Mantenimiento.....	167
6.1.1.3.7	Combustible.....	168
6.1.1.3.8	Gastos Generales.....	168
6.1.1.4	Resumen De Las Inversiones Del Proyecto.....	169
6.1.2	Estructura de Financiamiento.....	171
6.1.2.1	Amortización del Préstamo Solicitado al Banco.....	171
6.1.3	Presupuesto de Ingresos.....	172
6.1.4	Presupuesto de Egresos.....	173

6.1.4.1	Distribución de Costos.....	174
6.1.4.1.1	Costos Fijos.....	174
6.1.4.1.2	Costos Variables.....	174
6.1.5	Estados Financieros.....	176
6.1.5.1	Estado De Resultados (Perdidas Y Ganancias) Proyectado..	176
6.2	Evaluación Financiera.....	177
6.2.1	Punto de Equilibrio.....	177
6.2.2	Flujo de Caja del Inversionista.....	178
6.2.3	Periodo de Recuperación.....	179
6.2.4	Valor Actual Neto (VAN).....	180
6.2.5	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	181
6.2.6	Relación Beneficio/Costo (B/C).....	181
6.2.7	Análisis De Sensibilidad.....	182
	<b>CAPITULO VII.....</b>	<b>184</b>
7	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	184
7.1	Conclusiones.....	184
7.2	Recomendaciones.....	186
	BIBLIOGRAFÍA.....	187
	ANEXOS.....	190
Nº 1	ENCUESTA PILOTO.....	191
Nº 2	TABLA DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA PILOTO.....	192
Nº 3	ENCUESTA DEFINITIVA.....	193
Nº 4	DOCUMENTOS PARA LA INHUMACIÓN PERMISO DE SEPULTURA.....	196
Nº 5	DIAGRAMAS Y FLUJOS DE LOS PROCESOS.....	199
Nº 6	DESCRIPCION DE FUNCIONES DE CARGO.....	213
Nº 7	VENTAJAS DE LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.....	217
Nº 8	TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO SOLICITADO AL BANCO.....	219
Nº 9	ANÁLISIS DE SENCIBILIDAD.....	220

## ÍNDICE DE CUADROS

		Nº Pág.
CUADRO Nº 1	PREGUNTA Nº 1.....	84
CUADRO Nº 2	PREGUNTA Nº 2.....	85
CUADRO Nº 3	PREGUNTA Nº 3 .....	86
CUADRO Nº 4	PREGUNTA Nº 4.....	87
CUADRO Nº 5	PREGUNTA Nº 5.....	88
CUADRO Nº 6	PREGUNTA Nº 6.....	89
CUADRO Nº 7	PREGUNTA Nº 7.....	90
CUADRO Nº 8	PREGUNTA Nº 8.....	91
CUADRO Nº 9	PREGUNTA Nº 9.....	93
CUADRO Nº 10	PREGUNTA Nº 10.....	94
CUADRO Nº 11	PREGUNTA Nº 11.....	95
CUADRO Nº 12	PREGUNTA Nº 12.....	96
CUADRO Nº 13	PREGUNTA Nº 13.....	97
CUADRO Nº 14	Fallecidos en la ciudad de Nueva Loja.....	99
CUADRO Nº 15	Demanda Potencial de Servicios de inhumación y exequiales en la ciudad de Nueva Loja.....	99
CUADRO Nº 16	Demanda Real de Servicios de Inhumación y Exequiales en la ciudad de Nueva Loja.....	100
CUADRO Nº 17	Demanda Real Proyectada Para 5 Años (Vida Útil).....	101
CUADRO Nº 18	Comportamiento Histórico de la Oferta.....	105
CUADRO Nº 19	Método de los Mínimos Cuadrados.....	105
CUADRO Nº 20	Proyección de la Oferta.....	106
CUADRO Nº 21	Demanda Insatisfecha.....	107
CUADRO Nº 22	Capacidad Instalada.....	116
CUADRO Nº 23	Capacidad Utilizada.....	117
CUADRO Nº 24	Cuadro de Determinación usuarios de Servicios de inhumación.....	118
CUADRO Nº 25	Cuadro de Determinación usuarios de Servicios de Exequiales.....	118
CUADRO Nº 26	Matriz de Localización.....	123

CUADRO N° 27	Requerimiento de Terreno.....	131
CUADRO N° 28	Requerimiento para la Construcción y Adecuación del Edificio.....	132
CUADRO N° 29	Requerimiento de Vehículo.....	133
CUADRO N° 30	Requerimiento de Muebles y Enseres.....	133
CUADRO N° 31	Requerimiento de Equipos y Maquinaria.....	134
CUADRO N° 32	Requerimiento de útiles de Oficina.....	135
CUADRO N° 33	Requerimiento de Los Servicios Básicos.....	136
CUADRO N° 34	Requerimiento del Personal.....	137
CUADRO N° 35	Presupuesto de activos fijos (Terreno).....	157
CUADRO N° 36	Presupuesto de activos fijos (Infraestructura - Edificio)....	157
CUADRO N° 37	Presupuesto de activos fijos (Vehículo).....	158
CUADRO N° 38	Presupuesto de activos fijos(Equipo de Computación)..	158
CUADRO N° 39	Presupuesto de activos fijos (Maquinaria y Equipo para los Servicios).....	159
CUADRO N° 40	Presupuesto de activos fijos(Equipo de Oficina).....	160
CUADRO N° 41	Presupuesto de activos fijos (Muebles y Enseres).....	160
CUADRO N° 42	Cálculo de la Depreciación de Activos Fijos.....	162
CUADRO N° 43	Presupuesto de Activos Intangibles.....	162
CUADRO N° 44	Amortización Activos Intangibles.....	163
CUADRO N° 45	Requerimiento de Materiales Directos para los Servicios Exequiales.....	164
CUADRO N° 46	Requerimiento de Materiales Directos para los Servicios de Inhumación.....	164
CUADRO N° 47	Presupuesto de Servicios Básicos.....	165
CUADRO N° 48	Presupuesto de Útiles de Oficina.....	165
CUADRO N° 49	Presupuesto de Sueldos para el Personal.....	166
CUADRO N° 50	Presupuesto Publicidad.....	167
CUADRO N° 51	Presupuesto Mantenimiento.....	167
CUADRO N° 52	Presupuesto Combustible.....	168
CUADRO N° 53	Presupuesto Gastos Generales.....	168
CUADRO N° 54	Capital de Trabajo.....	169
CUADRO N° 55	Presupuesto de Inversión del proyecto. ....	170
CUADRO N° 56	Estructura del Financiamiento del Proyecto.....	171
CUADRO N° 57	Presupuesto de Ingresos.....	172

CUADRO N° 58	Presupuesto de Egresos Costos totales del servicio exequial e inhumación.....	173
CUADRO N° 59	Costos Fijos y Variables del Servicio Exequial e Inhumación.....	175
CUADRO N° 60	Estado de Resultados.....	176
CUADRO N° 61	Punto de Equilibrio.....	177
CUADRO N° 62	Flujo de Caja del Inversionista.....	178
CUADRO N° 63	Periodo de Recuperación del Capital.....	179
CUADRO N° 64	Costo Ponderado del Capital, Determinación de la TMAR.....	180
CUADRO N° 65	Análisis de Sensibilidad.....	182

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

		N°	Pág.
GRÁFICO N° 1	Pregunta N° 1 Ocupación.....		85
GRÁFICO N° 2	Pregunta N° 2 Rango De Edad.....		86
GRÁFICO N° 3	Pregunta N° 3 Estado Civil.....		87
GRÁFICO N° 4	Pregunta N° 4 Creación del Campo Santo.....		88
GRÁFICO N° 5	Pregunta N° 5 Adquirir servicios de inhumación y Exequiales.....		89
GRÁFICO N° 6	Pregunta N° 6 Lugar Adecuado del Campo Santo.....		90
GRÁFICO N° 7	Pregunta N° 7 Servicio de Inhumación.....		91
GRÁFICO N° 8	Pregunta N° 8 Montos del servicio de Inhumación.....		92
GRÁFICO N° 9	Pregunta N° 9 Servicio Exequial.....		93
GRÁFICO N° 10	Pregunta N° 10 Montos del servicio Exequial.....		94
GRÁFICO N° 11	Pregunta N° 11 Trasladar Restos Mortales.....		95
GRÁFICO N° 12	Pregunta N° 12 Medios de Comunicación.....		96
GRÁFICO N° 13	Pregunta N° 13 Capacidad de Salas de Velación.....		97
GRÁFICO N° 14	Proyección de La Demanda.....		102
GRÁFICO N° 15	Demanda Insatisfecha.....		107
GRÁFICO N° 16	Cadena de Valor del Campo Santo “El Recuerdo”.....		127

GRÁFICO N° 17	Organigrama Estructural.....	148
GRÁFICO N° 18	Organigrama Funcional.....	149

## ÍNDICE DE FIGURAS

		N° Pág.
FIGURA N° 1	Proceso de Localización.....	52
FIGURA N° 2	Modelos de Nichos para Cuerpos.....	75
FIGURA N° 3	Modelos de Nichos para Restos.....	76
FIGURA N° 4	Modelos de Tumbas en el Jardín.....	76
FIGURA N° 5	Modelos de Salas de Velación.....	77
FIGURA N° 6	Mapa de Sucumbíos.....	122
FIGURA N° 7	Mapa de la Microlocalización.....	125
FIGURA N° 8	Plano de la Planta del Campo Santo “El Recuerdo”.....	138
FIGURA N° 9	Plano de la Planta Administrativa.....	139
FIGURA N° 10	Plano de la Planta de Tanatopraxia.....	140
FIGURA N° 11	Plano de la Planta de Salas de Velación.....	141
FIGURA N° 12	Planos de los Nichos para Cuerpos Enteros y Restos.....	142
FIGURA N° 13	Razón Social de la Empresa.....	143

## RESUMEN EJECUTIVO

El tema central de la presente tesis se encuentra enmarcado en el desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación de un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja, es una iniciativa que a partir de los fines propuestos, intenta brindar una alternativa a la población descontenta, donde el único propósito será el de brindar un buen servicio, considerando que el cementerio es la historia e imagen de un pueblo, aún más por ser una ciudad de reciente creación, es importante remitirse a realizar un breve análisis de la situación a nivel nacional y particularmente de la ciudad de Nueva Loja.

El cementerio actual presenta problemas, tanto en su infraestructura, como en su organización, mantenimiento de bóvedas y tumbas, ya que al momento de su construcción no tuvo un adecuado estudio del terreno, puesto que este es un suelo pantanoso y el área está ocupada en su totalidad, lo que está ocasionando que las sepulturas se realicen sobre lotes ya ocupados.

Para determinar la factibilidad comercial se desarrolló un estudio de mercado, en el cual se consideró como actores principales a la población económicamente activa de la ciudad, donde la aceptación de la creación de esta nueva empresa fue expresada claramente. El Diagnóstico de mercado permitió definir la demanda real del servicio que se captará donde el 70% de usuarios del servicio están dispuestos a adquirir los servicios exequiales y de inhumación, es decir un total de 159 personas adquirirán el servicio en el primer año.

Se consideraron también varios factores relevantes que ayudaron a establecer el lugar apto para la localización del Campo Santo, así como también determinar el proceso que conlleva a ofrecer servicios exequiales y de inhumación en el mismo.

A través de este proyecto, se estableció el monto de inversión necesaria, basándose en cotizaciones de empresas proveedoras de materiales, maquinaria y

equipo que se requiere para poner en marcha el proyecto de factibilidad. El valor total de la inversión es de 340.179,18 dólares.

A través de la evaluación financiera se ha obtenido un VAN de \$201.263,42 y una TIR de 25,85% siendo esta mayor a la tasa de descuento obtenida por lo que es aceptable el proyecto, además que el período de recuperación del capital es de 3 años, 5 meses y 14 días. Y el análisis de sensibilidad indica que el proyecto soporta el incremento en los costos del 11.06% y la disminución de los ingresos del 9.21%, los mismos que demostraron la viabilidad del proyecto

Con el uso de un conjunto de herramientas técnicas, financieras y administrativas aplicadas al desarrollo del mismo se demostró la factibilidad del proyecto.

# CAPITULO I

## INTRODUCCION.

### 1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

“Una de las fuentes para conseguir nombres y fechas de nacimiento y defunción de nuestros antepasados son las lápidas de las tumbas en iglesias y cementerios. Este método, sin embargo no nos permite remontarnos antes de la segunda mitad del siglo XIX porque durante la colonia no hubieron cementerios, salvo en ciertos momentos, debido a epidemias que causaron gran mortandad se habilitaron terrenos que hicieron sus veces. Pero, vuelta la normalidad estos cementerios cesaron de funcionar”<sup>1</sup>.

#### 1.1.1. EDAD ANTIGUA.

Los cementerios han evolucionado de diferente manera dependiendo de las culturas, religiones, y épocas.

“Los pueblos antiguos creían en varias divinidades relacionadas con la naturaleza. En honor a estos dioses se construyeron templos, dejando de lado la preocupación de la morada del hombre, dándole un aspecto de fragilidad y temporalidad como reflejo del paso terrenal de los hombres. En las culturas antiguas al muerto se los enterraba con ofrendas, alimentos y bebidas en abundancia para que no desfallezcan en el largo viaje, muchas veces los quemaban o enterraban con sus instrumentos, en algunas culturas incluso se les enterraba con sus esposas o sirvientes, con el objeto de que les sirvieran también en la otra vida, como es el caso de la cultura negro-africana.

---

<sup>1</sup> HOLGUÍN, Verónica. Proyecto “Cementerio La Luz del Silencio en Pusuquí” Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Tesis de Arquitectura y Diseño.

Actualmente aun se conservan se conservan algunas de estas tradiciones especialmente en ciertos grupos sociales”. (HOLGUIN, 2006)

### **1.1.2. EDAD MEDIA.**

Con el aparecimiento del cristianismo nace la necesidad de poseer un cementerio común. Existen las catacumbas y los columbarios paganos, con la persecución de los cristianos se enterraban a los muertos en catacumbas subterráneas y a los otros difuntos de la época se les enterraban protegidos con tejas y una placa de mármol, desde el edicto de Milán siglo IV A.C hasta el reinado de Constantino en el año 313 D.C.

En el Siglo IV se hace oficial la religión cristiana, y la tradición de enterrar a los muertos en campos santos fue adoptada por la cultura hebrea y romana.

### **1.1.3. SIGLO XVIII – XIX.**

Nacen los cementerios neoclásicos, fue el comienzo de un cambio radical del sentido de la muerte con respecto a la vida. En Europa los cementerios adquieren forma cuadrada o rectangular, comienzan a ubicarse fuera de las ciudades, se agudiza el problema de ventilación y renovación del aire en los templos, por acrecimiento del número de entierros, la renovación y apertura de tumbas ocasionó problemas de gases tóxicos por la escasa ventilación dentro de las iglesias, se retoma la decisión de enterrar dentro de los templos sólo por excepción.

En 1767, Carlos III ordena que los cementerios se construyan fuera de las ciudades, y en 1787, se origina una peste por la emanación de gases de los que se encontraban enterrados en los templos, esto produjo la muerte de un gran número de población, dando así el nacimiento de los cementerios.

“La construcción de cementerios estuvo a cargo de la iglesia, se establecieron ciertas normas, una de ellas, la extensión de los cementerios debe hacerse en proporción al número de muertos, se aconsejaba que todo estuviera al descubierto a acepción de la capilla, así como la prohibición de grandes fosas.

Las galerías que se encontraban alrededor del campo santo estaban cubiertas por losas planas o abovedadas. Existía una parte al aire libre con vegetación destinada a las personas que no podían pagar un nicho bajo las galerías cubiertas. La capilla se encontraba generalmente en el centro o en la cumbre, se introdujo también los depósitos de los cadáveres”. (HOLGUIN, 2006)

#### **1.1.4. SIGLO XX.**

“En 1912 – 1918, surge la nueva visión “cementerio paisajístico”, el primero fue realizado por Sigur Leweentz y Gurnan Asplund en un bosque.

La nueva tendencia se propagó con rapidez en Francia, Italia y Estados Unidos, con el objeto de la creación de espacios más agradables. A mediados del siglo se realizó este tipo de cementerios. Este siglo es muy importante la modernización de los cementerios con las guerras mundiales tuvo efectos enormes.

Por la gran necesidad de enterramiento de un sinnúmero de personas se ve la necesidad de la extensión de los cementerios para depositar a los caídos de la guerra, así como el surgimiento de la fosa común para los desconocidos, los cementerios que habían surgido de las carencias sanitarias de los antiguos camposantos y enterramientos parroquiales iban a plantear un problema higiénico y de espacios a las autoridades del último tercio del siglo XIX.

El siglo XX trajo cambios espectaculares para la imagen de los cementerios. El crecimiento de la población y la expansión urbana ahondaron en los aspectos más dedicados de la herencia del siglo XIX.

En Europa meridional e Hispanoamérica se hacen maquetas a escala de una ciudad de los vivos, se produce un arrastramiento de los problemas que se han acumulado el, cementerio presenta límites, una ampliación es prácticamente imposible, se da un crecimiento vertical: nichos, no se acentuó la zonificación, hay un contraste entre nichos – marginalidad, los espacios de los nobles es igual a arquitectura de gusto y valor discutible. En el siglo XX las partes comunes de los cementerios van hacer un reflejo de la crisis generalizada del lenguaje arquitectónico funerario. Las intervenciones recientes tienden a equilibrar el papel de cada uno de los servicios, incluso desde la perspectiva visual.

## **1.2. ANTECEDENTES EN EL ECUADOR.**

Los primeros cementerios surgen poco después de las fundaciones de las ciudades y villas, en el siglo XVI, por parte de los españoles; su apareamiento es paralelo al de los asentamientos urbanos, como respuesta a las concepciones socio – culturales de una comunidad.

En un principio los cementerios se articularon a las iglesias, claustros y conventos de las principales localidades coloniales. Por lo general se enterraban en los muros perimetrales o en criptas en los sótanos de las capillas.

Originalmente se enterraban en las iglesias porque se pensaba que mientras más apegado esté el cuerpo a la iglesia, el alma iba a subir directa al cielo.

A partir del siglo XVIII, por razones sanitarias y por la rápida saturación de los espacios, aparecen los primeros cementerios exteriores, los jardines mismos que ocuparon los huertos de los conventos.

Es posterior la preocupación del tema de la reubicación de estos espacios como equipamiento urbano, hacia la periferia, por el problema de contaminación a causa de la descomposición de los muertos.

En el periodo republicano, como causa de la revolución liberal, se prevee la adopción de medidas de administración pública para regular y normar este tipo de proyectos en el país”<sup>2</sup>.

### **1.3. EMPRESAS DE CEMENTERIOS Y FUNERARIAS A TRAVÉS DE LA HISTORIA.**

“El objetivo principal de las empresas dedicadas a la prestación de servicios funerarios fue inicialmente Que el frecuente recuerdo de la muerte; ayuda grandemente a las mejoras de las costumbres y, convenía que el mas importante servicio que se le pueda prestar a las familias en el funesto caso de defunción es facilitar primeramente los auxilios de la región a los agonizantes y luego enterar al fallecido ahorrando agitaciones y gastos a los deudos.

Es así que para el año 1850 la costumbre de realizar el servicio de pompas fúnebres auspiciado por comunidades religiosas tenia el siguiente desarrollo.

Al fallecimiento de una persona, los deudos pondrían en conocimiento de un representante de la comunidad para que se manden los útiles a la casa del

---

<sup>2</sup> Holguín, Verónica. Proyecto “Cementerio La Luz del Silencio en Pusuquí” Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Tesis de Arquitectura y Diseño.

duelo, consistente en una mortaja blanca de tela de algodón, cuatro candelabros con igual número de ceras, un ataúd de madera, barnizado de negro y una mesa; por la noche se enviaría, para el traslado, doce hachones de cera y una corraza, mas cuatro velones de sebo, para la velación en la iglesia.

Las exequias se celebraban con vigilia, misa cantada, responso y ochos misas rezadas, inclusive de la agonía. Terminadas las exequias se trasladaría el cadáver en corraza halada por caballos al cementerio para ser sepultado en un nicho o en una sepultura al suelo de acuerdo con la decisión familiar.

Como en todos los órdenes, en los cementerios y servicios funerarios se han dado pasos de superaron a las costumbres de años pasados, los féretros ya dejaron de ser tapizados con telas apropiadas para las épocas, ahora se fabrican en metal, y en madera fina, calidad diseños y colores.

La costumbre de improvisar capillas ardientes en residencias particulares va desapareciendo por una serie de razones obvias y no obstante que se a simplificado su labor, pues en la década de los 50 a la casa del duelo aparte de llevar los elementos indispensables para un velorio, se añadía una cantidad de pieles para el reforzamiento de paredes en la casa del difunto, inclusive en la puesta de la calle se sujetaba una galería de madera tallada y pintada en colores dorado y negro, constituida la señalización del duelo.

Han aparecido las salas de velaciones como imperio de evitar o eliminar el velatorio en los domicilios, en cuanto a las corrazas haladas por caballos, también han desaparecido, pues inicialmente sirvieron para el transporte de

cadáveres, demostrándose en esta forma la condición económica de sus familiares”<sup>3</sup>.

#### **1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

La provincia de Sucumbíos es la parte más septentrional de la región amazónica del Ecuador lindante con la República de Colombia, cuenta con 7 cantones; Lago Agrio, Gonzalo Pizarro, Putumayo, Shushufindi, Sucumbíos, Cascales y Cuyabeno y actualmente la provincia cuenta con una población de 144.774 habitantes.

Su capital Nueva Loja llamada inicialmente Lago Agrio que cuenta actualmente con 66.788 habitantes, ha tenido un cuantioso incremento en su desarrollo económico y social, “(con un incremento en sus ingresos del 0,05% que corresponde a 3,6 millones de dólares en los últimos años)”<sup>4</sup>; aumentando de igual manera las necesidades de sus habitantes, dentro de las cuales está el requerir la prestación de un servicio de inhumación y exequial en un camposanto que cumpla con todas sus expectativas.

Según el INEC, la mortalidad anual en la provincia de Sucumbíos es de 391 fallecidos, y en Nueva Loja de 203,

Según el INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos), la mortalidad anual en la provincia de Sucumbíos es de 391 fallecidos, y en Nueva Loja de 203, existiendo un crecimiento promedio defunciones registradas en el Registro Civil de Nueva de “20% anual”<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> DUEÑAS V. Gustavo, FERNÁNDEZ P. José, GÓMEZ O. Ricardo, PADRÓN A. Ricardo, ZEVALLOS G. Patricio. Proyecto “Reasentamiento de Monte Olivo” Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Tesis de Ingeniería Civil.

<sup>4</sup> HIDALGO José, Albornoz Vicente y HURTADO Felipe. “Las Finanzas Provinciales del gobierno Central” Cuadro de Presupuesto del Gobierno Central por provincia.

<sup>5</sup> Datos obtenidos del Registro Civil de la Ciudad de Nueva Loja.

En Nueva Loja existe un único cementerio que es el cementerio Municipal el cual no esta brindando un servicio acorde a las necesidades de la población ya que presenta algunos inconvenientes entre ellos:

- a) Al momento ya no cuenta con suficiente espacio para seguir sepultando a los fallecidos, convirtiéndose en el principal problema que posee el actual cementerio.
- b) El terreno en el que se encuentra establecido el panteón es muy pantanoso y, provoca que las tumbas se inunden y permanezcan húmedas, ocasionando el deterioro de las mismas.
- c) La pésima infraestructura, donde se puede notar claramente que el cementerio General no contó con un plano estructural diseñado para la ubicación adecuada y ordenada de los sepulcros, bóvedas, etc.
- d) Mala ubicación, ya que se encuentra muy aislado de la ciudad exactamente en el kilómetro 10 de la vía Colombia, provocando así el poco interés de los habitantes para visitar a sus seres queridos.

## **1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **1.1.5. OBJETIVO GENERAL.**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de inhumación y exequiales en un Campo Santo con el fin de brindar prestaciones de calidad acorde a las necesidades de los habitantes, contribuyendo así al desarrollo de la ciudad de Nueva Loja.

### **1.1.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

1. Realizar un diagnóstico de las condiciones actuales del entorno empresarial en la ciudad de Nueva Loja para la creación del Campo Santo.

2. Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta existente, que nos permitirá conocer la viabilidad comercial del proyecto.
3. Por medio del estudio técnico definir el sitio idóneo en donde se ubicará el nuevo Campo Santo que este acorde a los requerimientos y políticas de la empresa.
4. Establecer la conformación legal y administrativa de la empresa para su constitución y organización.
5. Establecer la ingeniería del proyecto para la instalación y el funcionamiento óptimo del Campo Santo.
6. Realizar una evaluación financiera a fin de determinar la factibilidad del proyecto.

## **1.6. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.**

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos basados en el estudio de marketing, técnico, recursos humanos, finanzas y administración, establecer la posibilidad de la creación de un Campo Santo en la Ciudad de Nueva Loja.

Básicamente la información de campo será recopilada por medio de: la observación, encuestas, entrevistas y visitas, las cuales serán planificadas y aplicadas de acuerdo a las técnicas estadísticas. Para lograr el cumplimiento de los objetivos del estudio, se realizará una investigación de mercado, utilizando como herramientas la encuesta, para el estudio técnico utilizaremos la matriz de localización, realizaremos proyecciones financieras y sensibilidad de los resultados obtenidos, a fin de determinar la viabilidad financiera del proyecto, mediante el cálculo de indicadores financieros como el punto de equilibrio, VAN, TIR, relación beneficio / costo y periodo de recuperación de la inversión.

El desarrollo del proyecto estará centrado en la elaboración de un “Estudio de Factibilidad” que pretenderá identificar los aspectos favorables para demostrar la viabilidad del proyecto de creación de un Campo Santo , ya que no existe uno en Nueva Loja que este acorde a la infraestructura de la ciudad y sobre todo acorde a la condición de vida que tienen actualmente sus habitantes, brindando un servicio de calidad, proporcionando tranquilidad a la persona que lo adquiera, con la finalidad de sepultar a sus seres queridos

El presente proyecto dará un servicio que será aprovechado por ciudadanos residentes y no residentes de la ciudad quienes podrán contar con un espacio adecuado para este tipo de circunstancias.

La justificación económica se basa en las facilidades de pago que tendrán los clientes por la obtención del servicio, con opciones a escoger el precio a cancelar dependiendo de su ingreso económico y de manera que no afecte a los gastos primarios que realiza mensualmente la familia. Además por su condición dejará posibilidades de trabajo a otros terceros, como son los orfebres, carpinteros, sacerdotes, etc..., como beneficios indirectos de la empresa.

### **1.7. HIPÓTESIS DE TRABAJO.**

1. El proyecto de creación de un Campo Santo en la Ciudad de Nueva Loja es un negocio rentable para sus accionistas y se constituirá en un aporte para el desarrollo de la ciudad.
2. La oferta de estos nuevos servicios diferenciados proporcionará a la nueva empresa una favorable acogida por parte de los ciudadanos de la ciudad y proporcionará ventajas sobre la competencia.
3. El lugar donde se ubicará el nuevo Campo Santo es el adecuado acorde a la condición de vida de los habitantes de la ciudad de Nueva Loja.
4. El análisis financiero medirá los resultados en función de la rentabilidad de la empresa.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO.**

#### **2.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.**

“El estudio de factibilidad se realiza para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuáles 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”<sup>6</sup>.

“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.
- Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación.
- Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto”<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> PROARCA/CAPAS Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos para elaborar estudios de factibilidad. Rafael Luna. Damaris Chávez. Guatemala, marzo 2001. Documento disponible en Internet: [www.irgltd.com/FactabilidadProyectosEcoturísticos-Guatemala.pdf](http://www.irgltd.com/FactabilidadProyectosEcoturísticos-Guatemala.pdf) - Acceso: Octubre 15 2007.

En efecto, del estudio de factibilidad se puede esperar, o abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable o conveniente; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán de los analistas representantes de las alternas fuentes de financiación, o de funcionarios estatales de planeación en los diferentes niveles, nacional, sectorial, regional, local o empresarial.

“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.
- Corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico y social de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio”<sup>8</sup>.

“Para determinar la factibilidad de proyectos de inversión se debe realizar al menos los siguientes estudios:

- Estudio de Mercado.
- Estudio Técnico.
- Estudio Organizacional y Legal.
- Estudio y Evaluación Financiera”<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos – Identificación, Formulación, Evaluación – MM Editores, Tercera Edición Capítulo Uno.

<sup>8</sup> KOTLER, Philip. Dirección de Mercadotecnia. Prentice Hall. 2001.

<sup>9</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos – Identificación, Formulación, Evaluación – MM Editores, Tercera Edición Capítulo Uno.

## 2.2 ESTUDIO DE MERCADO.

“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. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros servicios, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

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”<sup>10</sup>.

“El estudio de mercado permite estudiar algunas 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 determinar la conveniencia o no de ofrecer un servicio para atender una necesidad” (MIRANDA MIRANDA, 1998)

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

---

<sup>10</sup> Secretaria de Economía/emprendedores Documento Disponible en Internet: <http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20tecnico.htm>, Acceso: Octubre 20 2007.

- Identificación del Servicio.
- Segmentación del Mercado.
- Investigación del Estudio de Mercado.
- La Demanda.
- La Oferta.
- Los Precios.
- La Comercialización"<sup>11</sup>.

### 2.2.1 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 estaríamos cayendo en un concepto erróneo y antiguo, lo hacemos ubicándonos en las necesidades de nuestros clientes; 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, estrato, credo religioso, entretenimientos, deportes, actividades comunitarias, etc.

---

<sup>11</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos – Identificación, Formulación, Evaluación – MM Editores, Tercera Edición Capítulo Cuatro El Mercado.

También se puede observar sus intereses y opiniones de alguna actitud con respecto al servicio como: cultura, valores, costumbres, modas, motivos de compra, estilo de vida, etc.

- **Servicio:** Identificación plena de todos y cada uno de los servicios principales.
- **Sustitutos:** Se debe indicar la existencia y características de otros servicios que pueden competir en su uso.
- **Complementarios:** Si el uso del servicio está condicionado a la disponibilidad de otros servicios, es preciso destacar la relación que existe entre ellos para ser incluidos en el análisis.
- **Bienes de Capital, Intermedios y Finales:** El estudio de mercado de un servicio depende en gran medida de su condición de bien de consumo, intermedio o de capital.
  - Los bienes de consumo final se presentan directamente al usuario sin sufrir ninguna transformación, pueden ser de consumo inmediato o durables.
  - Los bienes intermedios son los que se destinan para ser empleados en la producción de otros bienes o servicios.
  - Los bienes llamados de capital o de inversión, aparecen también como intermediarios distantes en la producción de otros bienes o servicios.
- **Fuentes de abastecimiento de insumos:** Se precisa conocer la capacidad de suministro, su grado de aprovechamiento o de pérdida, su forma de transporte, las regiones de origen, los planes de expansión, los precios, los niveles de comercialización, etc. de cada uno de los insumos que participan en la prestación del servicio.
- **Sistemas de distribución:** El análisis de los mecanismos de distribución dará luces sobre ciertas especificaciones de los servicios y las preferencias de los consumidores.

- **Precios y costos:** Se debe investigar los precios y costos actuales, con el fin de estimar en principio los márgenes de comercialización y de utilidades; lo mismo que los precios de los servicios competitivos o sustitutos.
- **Condiciones de Política Económica:** Es importante indagar sobre las disposiciones legales y económicas que afectan la prestación del servicio en cuestión: la existencia de impuestos o subsidios, tarifas especiales, cuotas y cupos de importación, disponibilidad de crédito, incentivos fiscales, normas sanitarias y de seguridad, etc”<sup>12</sup>.

### 2.2.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

“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, pequeños expendios, tiendas virtuales, si el bien o servicio 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.

---

<sup>12</sup> HERNÁNDEZ SAMPERI, Roberto y otros. Metodología de la Investigación. Tercera edición. Editorial McGraw-Hill Interamericana. México 2002, Pág. 89

Sirven como criterios para clasificarlo y explicar su comportamiento de compra y consumo.

- **Socográficas:** Variables internas y subjetivas del consumidor. Incluyen dos tipos de variables: la personalidad y los estilos de vida. Pueden utilizarse para explicar el comportamiento del consumidor y como criterio de segmentación”<sup>13</sup>.

### 2.2.3. INVESTIGACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.

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

- Diseño de la muestra.
- Tamaño de la muestra.
- Elaboración y validación del cuestionario.
- Trabajos de campo.
- Trabajos finales.

#### 2.2.3.1. Diseño de la Muestra.

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”<sup>14</sup>.

“Si se decide realizar la investigación de mercados utilizando una encuesta, se debe definir la muestra. ¿Cómo? Se tendrá en cuenta no a todos los hogares, sino a una muestra relativamente pequeña de los mismos; lo que se hace, pues, es sustituir el universo que se quiere estudiar por una

---

<sup>13</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, *Gestión de Proyectos*. Cuarta Edición. Colombia, MM Editores, 2003  
Capítulo Cuatro El Mercado.

<sup>14</sup> MALHOTRA, NARRES K. *Investigación de Mercados un enfoque práctico*. Segunda edición. Madrid, Ed. Pearson Educación, 1997.

muestra que lo represente. Si la muestra está bien elegida y es suficientemente amplia, ésta será representativa” (MALHOTRA NARRES, 1997).

### 2.2.3.2. 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 finito o infinito 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 disponibles para tomar una muestra y la naturaleza de los elementos individuales de la población.

Los elementos de una muestra pueden ser seleccionados de las siguientes maneras:

- **Muestreo de juicio:** Una muestra es llamada muestra de juicio cuando sus elementos son seleccionados mediante juicio personal. Las principales ventajas de una muestra de juicio son la facilidad de obtenerla y que el costo usualmente es bajo.
- **Muestreo aleatorio:** Una muestra se dice que es extraída al azar cuando la manera de selección es tal, que cada elemento de la población tiene igual oportunidad de ser seleccionado. Una muestra aleatoria es también llamada una muestra probabilística son generalmente preferidas por los

estadísticos porque la selección de las muestras es objetiva y el error muestral puede ser medido en términos de probabilidad bajo la curva normal.

- **Muestra aleatoria simple:** Una muestra aleatoria simple es seleccionada de tal manera que cada muestra posible del mismo tamaño tiene igual probabilidad de ser seleccionada de la población.
- **Muestreo estratificado:** Para obtener una muestra aleatoria estratificada, primero se divide la población en grupos, llamados estratos, que son más homogéneos que la población como un todo. Los elementos de la muestra son entonces seleccionados al azar o por un método sistemático de cada estrato. Las estimaciones de la población, basadas en la muestra estratificada, usualmente tienen mayor precisión (o menor error muestral) que si la población entera muestreada mediante muestreo aleatorio simple”

15

“Las fórmulas generales que permiten determinar el tamaño de la muestra son las siguientes:

**Para poblaciones infinitas** (más de 100.000 habitantes):

$$n = \frac{Z^2 pq}{\varepsilon^2}$$

**Fórmula Finita.-** En el caso de que si se conozca el tamaño de la población entonces se aplica la siguiente formula.

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

---

<sup>15</sup> “El Muestreo Estadístico y su aplicación en la actividad Auditora”. Internet: [www.monografias.com/trabajos11/tebas/tebas.shtml](http://www.monografias.com/trabajos11/tebas/tebas.shtml). Acceso: 25 Octubre 2007.

De donde:

$n$  = tamaño de la muestra

$Z$  = Nivel de confianza.

95%  $\longrightarrow$   $1.95\% / 2 = 0.4750 \longrightarrow Z = 1.96$

$p$  = Probabilidad de ocurrencia 0.5

$q$  = Probabilidad de no ocurrencia  $1 - 0.5 = 0.5$

$E$  = Margen de error 0,05

$N$  = Universo o Población”<sup>16</sup>.

### 2.2.3.3. Elaboración y Validación del Cuestionario.

El cuestionario no sólo 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:** Para evitar incorrecciones como consecuencia de la fatiga, 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 entrevistado.

Dentro del cuestionario, se pueden realizar diferentes tipos de preguntas, abiertas y cerradas. Abiertas, son aquellas en que el entrevistador puede dar libremente su respuesta. Por el contrario, en las cerradas el entrevistador debe elegir una o varias.

---

<sup>16</sup> CERON EVE, Folletos de Investigación de Mercados, Editorial Labor S.A, Lima – Perú, 1984, Págs. 34-40

#### 2.2.3.4. Trabajos de Campo.

Los trabajos de campo están dentro de la fase en la que se realizan las entrevistas. Es muy recomendable hacer, antes de los trabajos de campo propiamente dichos, una encuesta piloto que sirve para probar tanto el material de trabajo (cuestionarios, direcciones, instrucciones...) como la organización general y el grado de aptitud y de entrenamiento de los agentes entrevistadores.

**Trabajos finales:** Dentro de los trabajos finales se deben realizar los siguientes:

- **Recepción y depuración de cuestionarios:** Una vez que los cuestionarios son realizados, se supervisan uno a uno en la fase denominada depuración, que tiene como misión asegurarse del comportamiento y la conducta que mantuvo el entrevistador, así como la del entrevistado y comprobar que ambas han sido correctas.
- **Codificación y tabulación:** El proceso de tabulación consiste esencialmente en el recuento de los datos contenidos en los cuestionarios.
- **Informe final:** Es la presentación de los resultados en tablas y mapas gráficos que expliquen las relaciones existentes entre las diversas variables analizadas<sup>17</sup>.

#### 2.2.4. LA DEMANDA.

---

<sup>17</sup> Trámites y Legalización. Secretaría para la Educación y la Cultura Internet.

[www.seduca.gov.co/portal/educacion/servicios/tramites/descargas/legalizacion/anexo1.doc](http://www.seduca.gov.co/portal/educacion/servicios/tramites/descargas/legalizacion/anexo1.doc). Acceso: 30 Octubre 2007.

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.” (MIRANDA MIRANDA, 1998)

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 de mercado.
- Comportamiento histórico.

#### **2.2.4.1. 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. Derivado de lo anterior se puede elaborar una primera estimación del número probable de consumidores y apreciar las circunstancias que limitan, condicionan o facilitan su consumo”.

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, estrato, creencias religiosas, ubicación urbana o rural, etc.)
- **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.

#### **2.2.4.2. 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 del 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”<sup>18</sup>.

#### **2.2.5. LA OFERTA.**

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

No suele ser tarea fácil estimar, con algún grado de certeza, la oferta en un proyecto determinado, puesto que la información que interesa está en manos de la competencia, que por obvias razones no está interesada en divulgarla, ya que en algunas ocasiones se constituye en un arma poderosa para competir en el mercado; sin embargo, a través de algunos mecanismos indirectos de información global se podrá llegar a tener una idea aproximada del comportamiento de la oferta.

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”<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup>NASSIR SAPAG Chain Y REINALDO SAPAG Chain 3er Edición. Preparación y Evaluación de Proyectos.

<sup>19</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, *Gestión de Proyectos*. Cuarta Edición. Colombia, MM Editores, 2003

“El estudio de la oferta considera los siguientes aspectos:

- Lista de Proveedores.
- Régimen de Mercado.
- Proyección de la Oferta.

#### **2.2.5.1. 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.
- Sistema de ventas (crédito, contado) y canales de comercialización.
- Localización.

#### **2.2.5.2. Régimen de Mercado.**

Se trata de establecer si la estructura del mercado corresponde a una situación de monopolio, de competencia o cualquier graduación intermedia.

#### **2.2.5.3. 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”<sup>20</sup>.

#### **2.2.6. 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.

“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 suele aparecer con algunas restricciones, como resultante del juego entre la oferta y la demanda; de ahí la importancia de medir la conducta de estas ante alteraciones en el comportamiento del nivel de los precios”<sup>21</sup>.

“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.

---

<sup>20</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, *Gestión de Proyectos*. Cuarta Edición. Colombia, MM Editores, 2003 Capítulo Cuatro El Mercado.

<sup>21</sup> PORTER Michael E. “Estrategia competitiva”, Editorial Continental, México, 1998.

### **2.2.6.1. 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.

### **2.2.6.2. 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 ésta se manifiesta débil los precios tenderán a niveles bajos.

### **2.2.6.3. 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”<sup>22</sup>.

## **2.2.7. LA COMERCIALIZACIÓN.**

El estudio de 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.

---

<sup>22</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, *Gestión de Proyectos*. Cuarta Edición. Colombia, MM Editores, 2003  
Capítulo Cuatro El Mercado.

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

- Selección de canales de comercialización.
- Promoción y publicidad.
- Promoción y Ventas.

#### **2.2.7.1. Selección de Canales de Comercialización.**

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

En punto de partida para lograr un diseño adecuado de canales de comercialización es la identificación de los "segmentos" de población a los cuales se quiere llegar, vale decir la clientela potencial del proyecto.

#### **2.2.7.2. Publicidad.**

Es una eficaz herramienta para estimular la demanda y captar nuevos consumidores, es 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. No se debe olvidar que un mensaje demasiado ramplón o excesivamente elevado corre el riesgo de no ser comprendido por el público.

### **2.2.7.3. 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 gran número de personas la promoción 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”<sup>23</sup>.

## **2.3. ESTUDIO TÉCNICO.**

### **2.3.1. GENERALIDADES DEL ESTUDIO TÉCNICO.**

“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.

---

<sup>23</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, *Gestión de Proyectos*. Cuarta Edición. Colombia, MM Editores, 2003  
Capítulo Cuatro El Mercado.

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.”

24

“Este capítulo hace referencia al estudio de los siguientes aspectos:

- El tamaño adecuado del proyecto.
- Su localización.
- La ingeniería y obras complementarias.
- Cronograma de realización.

### **2.3.2. 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:

- Capacidad del proyecto.
- Factores condicionantes del tamaño del proyecto.

#### **2.3.2.1. Capacidad del Proyecto.**

---

<sup>24</sup> WEIERS, Rodrigo. Investigación de Mercados, México, D.F, Editorial Prentice Hall, 1997, Pág. 45

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; si se trata, por ejemplo, de una fábrica de telas sería, entonces, el número de metros producidos en un mes o un año.

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.

#### **2.3.2.2. Factores condicionantes del tamaño del Proyecto:**

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

- Tamaño y mercado.
  - Tamaño, costos y aspectos técnicos.
  - Disponibilidad de insumos y servicios públicos.
  - Tamaño y localización.
  - Tamaño y financiamiento.
- 
- **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 unitarios 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, 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 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”<sup>25</sup>.

### 2.3.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

---

<sup>25</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, *Gestión de Proyectos*. Cuarta Edición. Colombia, MM Editores, 2003 Capítulo Quinto Consideraciones Tecnológicas “Estudio Técnico”.

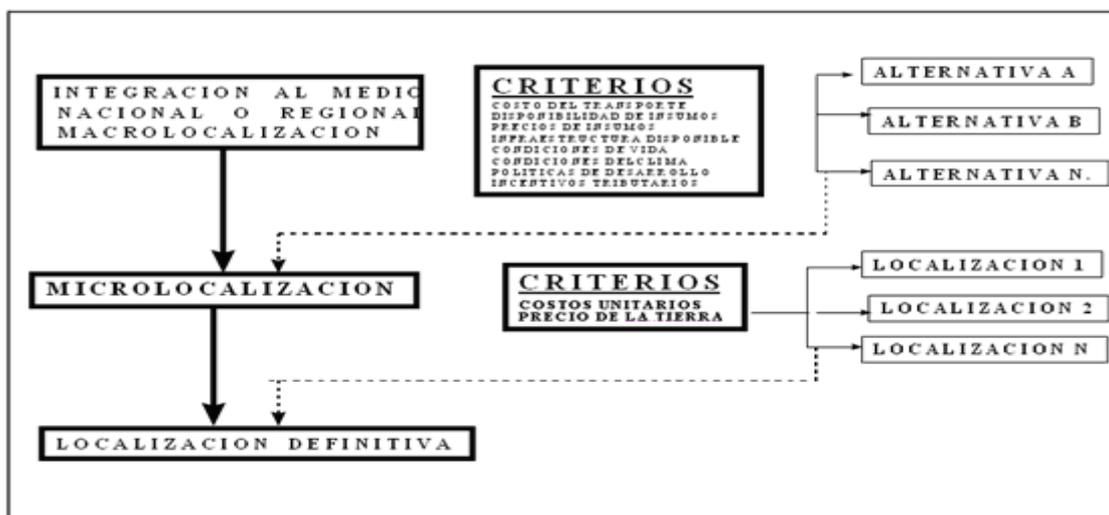
“El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.

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. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez situada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio”<sup>26</sup>, este proceso lo podemos ver en la figura N° 1.

FIGURA N° 1

### PROCESO DE LOCALIZACIÓN



Fuente: Miranda, Juan José. Gestión de Proyectos. “Estudio Técnico”.

<sup>26</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, *Gestión de Proyectos*. Cuarta Edición. Colombia, MM Editores, 2003 Capítulo Quinto Consideraciones Tecnológicas “Estudio Técnico”.

### 2.3.3.1. Factores Determinantes de la Localización.

“Si bien es cierto que la localización consiste en la ubicación del proyecto, existen factores que al final pueden influir en la decisión final, así tenemos:

- La política tributaria del gobierno.
- La existencia de vías de comunicación (terrestre, aérea o marítima).
- La existencia de infraestructura urbana (agua, desagüe, luz y teléfono).
- La existencia de mercados insatisfechos y potenciales.
- Disposiciones municipales.
- Mano de obra disponible.
- Costo del transporte”<sup>27</sup>.

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

- Localización a nivel macro.
- Localización a nivel micro.

### 2.3.3.2. Macrolocalización.

Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto. Los factores mas 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.

---

<sup>27</sup> ANDER-EGG, Ezequiel y AGUILAR María José. Como Elaborar un Proyecto. Guía para Diseñar Proyectos Sociales y Culturales. Editorial Lumen/Humanitas. 13.ª Edición. Buenos Aires. 1996

- **Recurso humano.-** Existen industrias, cuya localización se determina sobre la base de la mano de obra, esto es cuando se utilizan 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 ofrecen el lugar geográfico”<sup>28</sup>.

### 2.3.3.3. Microlocalización.

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

“Dentro de la localización debemos analizar los siguientes aspectos:

- Proximidad y disponibilidad del mercado
- Proximidad y disponibilidad de materias primas
- Medios de transporte
- Disponibilidad de servicios públicos
- Disponibilidad de mano de obra

#### 2.3.3.3.1. 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 decisorio que debe ser considerado de manera especial en la localización de la planta.

#### 2.3.3.3.2. Proximidad y disponibilidad de materias primas.

---

<sup>28</sup> ANDER-EGG, Ezequiel y AGUILAR María José. Como Elaborar un Proyecto. Guía para Diseñar Proyectos Sociales y Culturales. Editorial Lumen/Humanitas. 13.<sup>a</sup> Edición. Buenos Aires. 1996

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

La influencia de la proximidad de la materia prima en la localización de la planta, se puede resumir:

1. Cuando una materia prima es utilizada en el proceso sin pérdida de peso, la planta se localizará necesariamente en cercanías de la fuente.
2. En caso en que la materia prima pierda peso en el proceso, se puede localizar en sitios no lejanos a la fuente.
3. Cuando no hay limitación para la consecución de las materias primas en forma adecuada y económica, es conveniente localizar la planta cerca a la zona de mercado.

#### *2.3.3.3.3. 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 de plantas.

#### *2.3.3.3.4. 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.

#### *2.3.3.3.5. 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.

Es bien importante garantizar una mano de obra estable y calificada para todos los niveles operativos de la empresa”<sup>29</sup>.

#### **2.3.3.4. 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.

##### *2.3.3.4.1. Cadena de Valor.*

“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.” (CADENA, 2007)

##### *2.3.3.4.2. Descripción técnica del producto o servicio.*

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

---

<sup>29</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, *Gestión de Proyectos*. Cuarta Edición. Colombia, MM Editores, 2003 Capítulo Quinto Consideraciones Tecnológicas “Estudio Técnico”.

#### *2.3.3.4.3. 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.

También se debe indicar los productos principales, los intermedios, los subproductos, indicando sus principales características de peso, tamaño, unidad de medida y niveles de producción y, además se deberá indicar el tipo de desechos (sólidos, líquidos, gaseosos) y la forma de disposición final, transporte y eliminación.

#### *2.3.3.4.4. Listado de equipos.*

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

#### *2.3.3.4.5. 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.

#### *2.3.3.4.6. 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 contribuyan 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, cerramientos, estaciones de energía, tanques de agua y combustibles, parqueaderos, zonas de recreación y de reserva, acometidas de servicios, campamentos durante el período de ejecución, etc. en armonía con la naturaleza, el paisaje y las reservas ecológicas.

#### *2.3.3.4.7. 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, obviamente, en menores costos de producción”<sup>30</sup>.

## **2.4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.**

“En el estudio organizacional se define el marco formal, 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”<sup>31</sup>.

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

- Organización de la Empresa.
- Diseño Organizacional.

---

<sup>30</sup> CADENA, Jaime. Material Educativo, dictado de clases de Gerencia Procesos, Ecuador, 2007

<sup>31</sup> CHIAVENATO, Idalberto. (2001. Administración, proceso administrativo. (3<sup>a</sup> ED.) México: McGraw - Hill Interamericana de México, S.A.

- Organización Legal de la Empresa”<sup>32</sup>.

#### **2.4.1. 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 lleve a la obtención de objetivos, definiendo las relaciones y aspectos más o menos estables de la organización.

“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).
- Determinar los requerimientos de personal para el ejercicio de cada función.
- Convertir las funciones en unidades administrativas tangibles, y establecer la relación de dependencia, responsabilidad, complementariedad y comunicación entre estas.
- 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

---

<sup>32</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, *Gestión de proyectos*. Cuarta Edición..Colombia, MM Editores, 2003. Capitulo Seis La Organización.

optimistas, alentadores y altamente motivadores de modo que pueda ser capaz de englobar claramente los objetivos particulares que se consiguen.

- Redacción de la Visión., Se establecerán los principales retos a cumplir dentro 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”<sup>33</sup>.

#### **2.4.2. 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 formales y jerarquías que se generan” (AMO ALONDO, 1994)<sup>34</sup>.

“A 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

---

<sup>33</sup> KONTZ H, WEIHRICH H, “Administración: una perspectiva global”, naturaleza de la planificación, Edición Segunda, Editorial SanPer, Traducción México, D.F, 1989, Pág. 129

<sup>34</sup> AMO, ALONDO E., Desarrollo organizacional: un modelo de intervención en las organizaciones, Primera Edición, Barcelona – España, Editorial Empeiro y Ramos, 1994, Pág. 32

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.

De cada puesto de trabajo 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”<sup>35</sup>

### **2.4.3. 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 la Constitución, la ley, los decretos, las ordenanzas y los acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones, y se expresa en forma prohibitiva o permisiva.

“Dentro de un estudio legal se debe identificar claramente:

- Tipo de Sociedad.
- Constitución de una Empresa.

---

<sup>35</sup> VOLTENTESTA, Jorge Roberto. Organizaciones, procedimientos y estructuras. Editorial Buyatti. Buenos Aires, 2000, Pág. 55

#### 2.4.3.1. 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 pérdidas que resultan de la especulación".

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

**Sociedad colectiva:** Es aquella en que todos los socios administran por si 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 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 se 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 organicen esfuerzos y recursos, con el propósito principal de servir directamente a sus miembros, sin ánimo de lucro”<sup>36</sup>.

#### 2.4.3.2. Constitución de una empresa.

“La Empresa es la unidad de producción más importante en el siglo XXI, que está integrada por diversos elementos personales y materiales debidamente coordinados.

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.

1. 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.

---

<sup>36</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, *Gestión de proyectos*. Cuarta Edición. Colombia, MM Editores, 2003. Capítulo Siete Aspectos Legales.

2. Elaboración de la Minuta, redactada por un Abogado, donde constaran los datos de los socios como nombres, apellidos, documentos de identidad, el aporte que hacen, etc.
3. Escritura Publica, Los socios acudirán a una Notaria Publica, para firmar y poner su huella digital.
4. Inscripción en los Registros Públicos.
5. Inscripción en la Superintendencia de Compañías, para obtener la personalidad jurídica.
6. Autorización, para la impresión de comprobantes de pago.
7. Acudir a la Municipalidad de respectiva jurisdicción distrital, para solicitar la Licencia de Funcionamiento municipal Respectiva.
8. Inscripción de sus trabajadores en el IESS, para que tengan un Seguro Social determinado por Ley.
9. Adquisición de Registros Contables, que vaya de acuerdo con su constitución , que presente Efecto Tributario.
10. Legislación de Los Libros Contables<sup>37</sup>.

Todos estos procedimientos deberán estar dentro del marco de la legalidad, de acuerdo con la Ley correspondiente.

## **2.5. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.**

### **2.5.1. ESTUDIO FINANCIERO.**

“El presente capítulo tiene por objeto hacer una presentación amplia y rigurosa de cada uno de los elementos que participan en la estructuración financiera del proyecto, a saber: las inversiones necesarias para ponerlo en

---

<sup>37</sup> “Constitución de una Empresa”. Documento disponible en Internet.

[www.monografias.com/trabajos47/constitucion-empresa/constitucion-empresa.shtml](http://www.monografias.com/trabajos47/constitucion-empresa/constitucion-empresa.shtml). Acceso: 30 de Octubre 2007.

funcionamiento, los costos que concurren en la elaboración, administración, venta y financiación 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 períodos que comprometen el horizonte del proyecto”. (MIRANDA MIRANDA, 1998)

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 de funcionamiento en la cual se generan los costos y se producen los ingresos propios de la venta de la 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:

- Las inversiones.
- Los costos y gastos.
- Los ingresos.

#### **2.5.1.1. Presupuesto de Inversiones.**

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 necesario para el funcionamiento normal del proyecto después del período de instalación.

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

- Inversiones fijas.
- Inversiones diferidas.
- Capital de trabajo.

**1. 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.

**2. Inversiones diferidas:** Las inversiones diferidas son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios 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 y patentes; los gastos por capacitación y entrenamiento de personal.

**3. 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.

Algunos componentes del capital de trabajo son entre otros: Efectivo y bancos, inventario de materia prima y materiales, productos en proceso, inventario de productos terminados, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, etc.

#### **2.5.1.2. Costos y Gastos de Producción.**

Durante el período de operación se pueden 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 de las ventas; y finalmente los costos financieros generados por el uso del capital ajeno.

Durante el período de operación se puede identificar los siguientes costos o gastos:

- Costos de fabricación.

- Gastos de administración.
- Gasto de ventas.
  
- **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, impuestos, 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 ventas, etc.); asistencia técnica a clientes; papelería y útiles de oficina; comunicaciones, etc.
  - **Gastos de distribución:** Entre los gastos de distribución se pueden enunciar los siguientes: sueldos y salarios de supervisores, secretarias, impulsadoras, conductores de vehículos de reparto y auxiliares; fletes, empaques y envases

además de la operación de los puntos de venta y almacenes.

### **2.5.1.3. 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.

### **2.5.2. EVALUACIÓN FINANCIERA.**

Este capítulo será 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” (BACA URBINA, 1987).

Con el afán de entender mejor 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”<sup>38</sup>.

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

1. Punto de Equilibrio.
2. La identificación del Flujo de Fondos.
3. La aplicación de criterios de evaluación (Indicadores de rentabilidad) encaminados a establecer la bondad del proyecto y la posibilidad de comparar su rentabilidad con otras alternativas.
4. Análisis de Sensibilidad”<sup>39</sup>.

#### **2.5.2.1. Punto de Equilibrio.**

“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.

El punto de equilibrio o punto de ruptura o punto de quiebra es el punto donde el importe de las ventas netas absorbe los costos variable y los costos fijos, es decir, es el momento económico donde se produce un equilibrio entre los ingresos y los costos totales, en ese punto se ha dejado de tener pérdida y no se ha empezado a tener beneficio.

Para calcular el punto de equilibrio en dólares se aplica la siguiente fórmula”<sup>40</sup>:

---

<sup>38</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José, *Gestión de proyectos*. Cuarta Edición. Colombia, MM Editores, 2003, Capítulo Ocho Estructura financiera del Proyecto.

<sup>39</sup> BACA URBINA, GABRIEL. *Evaluación de proyectos*. México, Mc Graw-Hill, 1987.

<sup>40</sup> “Punto de Equilibrio y Eficiencia”. Monografías Internet. [www.monografias.com/trabajos30/punto-equilibrio/punto-equilibrio.shtml](http://www.monografias.com/trabajos30/punto-equilibrio/punto-equilibrio.shtml). Acceso: 22 Noviembre 2007.

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

Y para calcular el punto de equilibrio en unidades se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio en Unidades} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\underbrace{\text{Precio Venta Unidad} - \text{Costo Variable Unidad}}_{\text{Margen de Contribución}}}$$

### 2.5.2.2. Flujo de Fondos.

“Para calcular los flujos de fondos en primer lugar se debe identificar plenamente los ingresos y egresos en el momento en 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” (JONHSON, 1998).

“Los elementos involucrados en el 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”<sup>41</sup>.

---

<sup>41</sup> JONHSON, ROBERT W. Administración Financiera. México, Continental, 1998.

### 2.5.2.3. Indicadores de Rentabilidad.

“Una vez determinado el probable flujo de fondos de efectividad del proyecto para un determinado periodo de operación, es necesario demostrar que la inversión propuesta será económicamente rentable o no, para lo cual este análisis se basa en parámetros de evaluación como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, el periodo de recuperación 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”<sup>42</sup>.

“Se define como el valor que tiene en la actualidad, los diferentes flujos de fondos de un proyecto” (MARIÑO, 2002).

La fórmula que se emplea es:

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

Donde:

FFP = Flujo de fondos neto

d = Tasa de descuento (TMAR que representa el costo de oportunidad del capital)

n = Período

I<sub>o</sub> = Inversión inicial

Si:

VAN > 0	El proyecto es viable.
VAN < 0	El proyecto no es viable.
VAN = 0	El proyecto es indiferente.

- **Tasa interna de retorno (TIR):** “La tasa interna de retorno es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero, es decir, que el

---

<sup>42</sup> MARIÑO, W. 500 Ideas de negocios no tradicionales y como ponerlas en práctica. Quito; 2002.

valor presente de los flujos de fondos neto sea igual a la inversión neta realizada para la ejecución del proyecto” (BACA URBINA, 1987)<sup>43</sup>.

“El proyecto es conveniente cuando la TIR es mayor que la tasa de descuento que se habría obtenido de otras alternativas de inversión.

Se debe establecer una comparación entre la TIR del proyecto y la tasa de descuento, entonces se tiene:

TIR > d	El proyecto es recomendable
TIR < d	El proyecto no es recomendable
TIR = d	El proyecto es indiferente

Por lo que la TIR es la máxima rentabilidad que puede ofrecer un 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.

Se debe aplicar la siguiente relación:

$$R(B/C) = \frac{\text{Flujos Actuales}}{\text{Inversión Inicial}}$$

SI: B/C > 1	El proyecto es viable
B/C < 1	El proyecto no es viable
B/C = 1	El proyecto es indiferente

- **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.

---

<sup>43</sup> BACA URBINA, GABRIEL. Evaluación de proyectos. México, Mc Graw-Hill, 1987.

Para obtener el periodo de recuperación se puede emplear la siguiente fórmula”

44:

$$PRI = \sum N \text{ Flujos hasta equipar la inversión}$$

#### **2.5.2.4. Análisis de Sensibilidad.**

“El 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 y a la vez mostrar la holgura con que se cuenta para su realización ante eventuales variaciones de tales variables en el mercado.

El análisis de sensibilidad es un cuadro resumen que muestra los valores de los indicador financieros (VAN, TIR, PRC y B/C) para cualquier porcentaje de cambio previsible en cada una de las variables más relevantes de costos e ingresos del proyecto (El número de fallecidos, el precio, entre otros). El cuadro resultante permite ver fácilmente las holguras con que se cuenta para cada uno de los indicadores financieros con respecto proyecto original”<sup>45</sup>.

---

<sup>44</sup> BLANT T, LELAND Y ANTHONY TARQUIN J. Ingeniería Económica. Mc Graw Hill.

<sup>45</sup> “Los Análisis de Sensibilidad de Proyectos”. Internet. [www.geocities.com/gilberto-rojas/index35.html](http://www.geocities.com/gilberto-rojas/index35.html). Acceso: 14 Octubre 2007.

## **CAPITULO III**

### **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 (pobladores Nueva Loja), 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.

#### **3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.**

##### **3.1.1. OBJETIVO GENERAL.**

Determinar la demanda insatisfecha de los servicios de inhumación y exequiales en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, ya que al no contar con este tipo de servicios acorde a las necesidades y requerimientos de los pobladores conlleva a generar oportunidades que permitan la implementación de una nueva empresa.

##### **3.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Identificar las necesidades y requerimientos de los pobladores de contar con un servicio de inhumación y exequial.
- Analizar la demanda.
- Analizar la oferta existente para desarrollar estrategias en la empresa.
- Analizar la política de precios a establecerse de acuerdo a lo que el demandante está dispuesto a pagar, acorde a su situación socioeconómica.
- Determinar el segmento de mercado al que se dirigirá la oferta.

### **3.2. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.**

La creación de un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja, será un proyecto que permitirá acoger los cuerpos de los seres queridos fallecidos de nuestros clientes y preservar su memoria en un ambiente digno y novedoso ubicado en medio de grandes espacios verdes y una exuberante naturaleza.

El servicio que proporcionará el Campo Santo es el de coordinar la prestación de un servicio de inhumación y exequial completo, transporte del cuerpo, preparación profesional del cadáver, disposición del cofre previamente elegido, velación del cuerpo durante las horas requeridas, trámites legales, cortejo fúnebre, asistencia personalizada e inhumación del cuerpo según lo requerido acorde al tipo de contrato.

Se mantendrá la sobriedad y el respeto en un ambiente donde se conjuga la naturaleza y los espacios modernos, para que el ritual de exaltación de los difuntos, produzca la recordación y la paz que nuestros clientes merecen; además ofrecemos un servicio integral, oportuno y a tiempo, único en su género, que comprenda no solamente la venta de una unidad de sepultamiento, sino la prestación de todos los servicios inherentes a la inhumación.

La necesidad de este tipo de productos y servicios esta creada, y con esto buscamos dar una solución y apoyo a todas las familias de la ciudad de Nueva Loja, buscando brindar servicios con el manejo psicológico necesario para atender a nuestros clientes con una nueva idea de asistencia enfocada a lo social, y manejando el duelo con un sentido humano.

### 3.2.1. TIPOS DE SERVICIO.

A continuación detallamos los servicios a prestarse en el nuevo Campo Santo.

#### 3.2.1.1 Servicios de Inhumación.

- **Nichos para cuerpos enteros.-** Construidos en pabellones donde se colocará el cuerpo, consta del nicho con una placa de granito con su respectiva inscripción, un florero de bronce y la apertura y cierre del espacio, lo podemos ver claramente en la figura N° 2.

FIGURA N° 2

#### MODELOS DE NICHOS PARA CUERPOS.



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: MAYRA HARO.

- **Nichos para restos.-** Construidos en pabellones, la diferencia con lo nichos para cuerpo entero es que estos son más pequeños ya que se coloca solo los restos del cadáver, consta del nicho con una placa de granito con su respectiva inscripción, un florero de bronce y la apertura y cierre del espacio, lo podemos ver claramente en la figura N° 3.

FIGURA N° 3

### MODELOS DE NICHOS PARA RESTOS.



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: MAYRA HARO.

- **Tumbas en el Jardín.-** Es una gran tradición en el Ecuador, son lotes de terreno sin edificación con capacidad para 2 personas hacia abajo, consta del lote de terreno con una placa de granito con su respectiva inscripción, un florero de bronce, y la apertura y cierre del espacio, lo podemos ver claramente en la figura N° 4.

FIGURA N° 4

### MODELO DE TUMBAS EN EL JARDÍN.



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: MAYRA HARO.

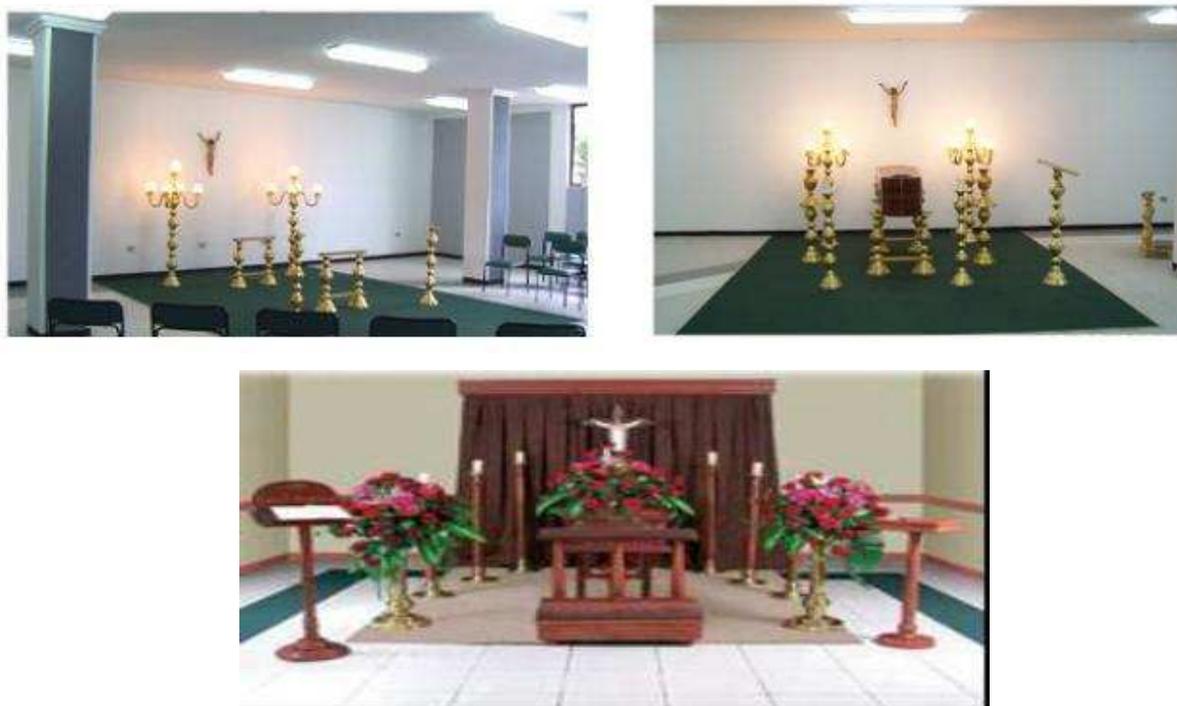
- **Columbarios.-** Construcciones aptas para colocar las cenizas de los restos cremados puestas en pequeños cofres de madera que brindará el campo santo en un futuro.

### 3.2.1.2 Servicios Exequiales.

Diferentes tipos de salas de velación para los servicios exequiales, estas se las puede ver en la figura N° 5:

FIGURA N° 5

#### MODELOS DE SALAS DE VELACIÓN.



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: MAYRA HARO.

**Servicio Básico.-** Consta de los siguientes beneficios:

- Sala de velación por 24 horas.
- Cofre metálico sin herrajes.
- Servicio religioso.
- Servicio de cafetería (personalizado por 6 horas)
- Arreglo floral para cubrir el cofre.

**Servicio Especial.-** Consta de los siguientes beneficios:

- Sala de velación por 36 horas.
- Cofre metálico con herrajes, o cofre de madera.
- Servicio religioso.
- Servicio de cafetería (personalizado por 10 horas)
- Arreglo floral para cubrir el cofre, y dos floreros laterales.
- Trámites legales (Registro civil y Dirección de Salud).
- Traslado en auto corraza.

**Servicio Premium.-** Consta de los siguientes beneficios:

- Sala de velación por 48 horas.
- Cofre metálico con herrajes, o cofre de madera.
- Servicio religioso con acompañamiento musical.
- Servicio de cafetería (personalizado por 15 horas)
- Arreglo floral para cubrir el cofre, y 1 florero en las 4 esquinas.
- Trámites legales (Registro civil y Dirección de Salud).
- Traslado en auto corraza.
- Libro de condolencias.
- Misa privada del mes con acompañamiento musical.

### **3.2.2. CARACTERÍSTICAS PARA TODOS LOS SERVICIOS.**

Las características que tienen los servicios son los siguientes:

- Es endosable y transferible.
- Servicio es accesible, porque se puede cambiar el tipo de servicio exequial o de inhumación siempre y cuando sea por uno de mayor valor.
- Servicio es accesible, es decir, puede utilizar cualquier persona familiar o no, con la autorización escrita del propietario.

### 3.2.3. MODALIDADES DE USO PARA EL SERVICIO DE INHUMACIÓN.

Para la inhumación de cadáveres es requisito que los clientes entreguen el certificado de la defunción expedido por una de las oficinas del Registro Civil del ciudad de Nueva Loja, a la administración del Campo Santo, previamente se debe realizar la compra de una unidad de sepultamiento seleccionada a perpetuación.

Los cadáveres inhumados deben permanecer obligatoriamente un tiempo mínimo de cuatro años, antes de ese tiempo no se podrá realizar la remoción.

La Dirección General de Salud debe autorizar las exhumaciones por causas previstas en el Reglamento expedido por el Ministerio de Salud Pública.

### 3.3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

Para la creación de un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja, se consideran las siguientes variables: Geográfica, Demográfica y Conductual.

- **Segmentación Geográfica:** Este proyecto esta dirigido en especial a los habitantes de la ciudad Nueva Loja, del sector urbano y rural, cabe resaltar que para el desarrollo del presente proyecto se partió de 13.475 habitantes con una tasa anual de crecimiento del “8.65%”<sup>46</sup>.
- **Segmentación Demográfica:** El desarrollo de este proyecto comprende tanto el género masculino como femenino, sin límite de edad, tomando en cuenta como factor importante el nivel de ingresos con el que cuentan los habitantes, dicho nivel debe comprender un ingreso

---

<sup>46</sup> Datos obtenidos en el INEC actualizados hasta el censo del año 2001.

trimestral desde los \$600, para poder acceder a la prestación de estos servicios.

- **Segmentación Sicográficas:** En lo referente a este aspecto se pudo determinar que a la prestación de este servicio puede acceder: Clase media, Clase media alta, Clase alta; cabe recalcar que los habitantes de la ciudad de Nueva Loja mantienen un deseo de la adquisición de la prestación del servicio de inhumación y exequial.

### **3.4. INVESTIGACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.**

Para realizar el estudio de mercado en la ciudad de Nueva Loja, es importante conocer nuestro entorno, el método escogido para realizar la investigación de mercado es la encuesta, ya que ésta permitirá conocer los gustos y tendencias de los consumidores, además de determinar hacia qué mercado estará dirigido el servicio que ofrece la empresa.

En este método se diseña un cuestionario con preguntas que examinan a una muestra con el fin de inferir conclusiones sobre la población.

#### **3.4.1. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.**

Es importante determinar el tamaño adecuado de una muestra; no se debe actuar con ligereza, por cuanto si tomamos una muestra mas grande de lo necesario constituye un desperdicio de recursos, mientras que muestras muy pequeñas a menudo nos llevan a tener resultados sin uso práctico, nada confiables y sesgados.

La técnica que se aplicó para determinar el tamaño de la muestra es el muestreo probabilístico estratificado donde se tomó en cuenta lo siguiente:

- “El nivel de confiabilidad con el que se desee trabajar (se recomienda el 95%, que estandarizado en Z representa el 1.96 de la desviación

estándar), ya que el tamaño de la muestra es grande y para cualquier estimador puntual la regla empírica establece el 95% de las estimaciones puntuales que estarán alrededor de 1.96 desviaciones estándar de la media de esa distribución”<sup>47</sup>.

- El error muestreo puede fluctuar mientras más grande es el tamaño de la muestra más pequeño es el error de muestreo, según criterio de algunos investigadores, entre el 1% y el 9% como máximo; lo aconsejable es el 1% y el 5%. Este error determina la diferencia que puede haber entre los resultados de una muestra con los de la población.
- Las probabilidades reales de que ciertas características a investigarse estén presentes (p) en la población, frente a las probabilidades de que no la estén (q).

$$p = 0.5 \quad q = 1 - 0.5 \quad p + q = 1$$

$$q = 0.5$$

- Para el cálculo de la muestra utilizamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pqN}{(N-1)e^2 + z^2 pq}$$

De donde:

n = tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza.

$$95\% \longrightarrow 1.95\% / 2 = 0.4750 \longrightarrow Z = 1.96$$

p = Probabilidad de ocurrencia 0.5

q = Probabilidad de no ocurrencia  $1 - 0.5 = 0.5$

E = Margen de error 0,05

---

<sup>47</sup> WILLIAM MENDENHALL/ROBERT J. BEAVER/ BARBARA M. BEAVER, Introducción a la Probabilidad y Estadística, Cáp. 8 Estimación para Muestras Grandes Pág. 291.

$N$  = Población actual de la ciudad de Nueva Loja: 13.475.

Entonces:

$$n = \frac{((1.96)^2 (0.5)(0.5)(13.475))}{(13.475 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{12.941,39}{33,6875 + 0.9604}$$

$$n = 373,51$$

$$n = 374 \text{ encuestas .}$$

### 3.4.2. ELABORACIÓN DE LA ENCUESTA.

Con los objetivos estudiados procedemos a estructurar las preguntas de acuerdo a la importancia de cada uno de ellos; inmediatamente se procedió al diseño de las encuestas para los habitantes de la ciudad de Nueva Loja.

Las encuestas dirigidas a los habitantes contiene preguntas cerradas en donde el encuestado contesta SI o NO, en otros casos existen preguntas de opción múltiple.

Para validar mejor los resultados de la encuesta definitiva se debe realizar una encuesta piloto (**ANEXO No. 1**) que representa una muestra de lo que llegará a ser la verdadera encuesta o encuesta final. Se busca tener ciertos criterios para diseñar o rediseñar las herramientas de trabajo, teniendo una idea previa de la población. Esta exploración fue útil porque está libre de conclusiones sobre el tema de estudio y sirve solo para mejorar la investigación.

Esta encuesta piloto se la realizó a un grupo pequeño de habitantes de la ciudad de Nueva Loja, cantidad suficiente para obtener diferentes criterios en el desarrollo de la encuesta definitiva.

### **3.4.2.1 Análisis de la Información Obtenida en la Encuesta Piloto.**

Una vez aplicada la encuesta piloto a cien habitantes de la ciudad de Nueva Loja se pudieron obtener los siguientes resultados (**ANEXO N° 2**), los cuales nos ayudaran para la elaboración de la encuesta definitiva:

- **Conclusiones de las preguntas realizadas:**

Según los resultados obtenidos vemos que el 95% de los encuestados están de acuerdo que se construya un campo santo en Nueva Loja, el lugar donde los mismos están interesados que se lo haga es en la Vía Quito, ya que existe una variedad de trasportes hacia ese lugar, vemos también que la mayoría, que es un 90%, están dispuestos a adquirir dicho servicio.

Para ellos la mejor manera de publicidad para este servicio es por medio de la televisión.

De acuerdo con los resultados del monto de pago, la mayoría prefiere cancelar un valor igual o menor a \$60 ya que sus ingresos mensuales no le permiten pagar más, así mismo prefiriendo un pago mensual o trimestral, debido a que las cuotas son menores.

Luego de la investigación exploratoria piloto, se diseñó la encuesta definitiva, la misma que se puede observar en (**ANEXO N° 3**).

### **3.4.3. TRABAJO DE CAMPO.**

Dentro de los trabajos de campo se realizaron los siguientes pasos:

- Recopilación de datos.
- Procesamiento y Análisis de datos.

#### **3.4.3.1 Recopilación de Datos.**

La investigación y recolección de los datos se lo efectuó a los habitantes económicamente activos mayores de edad de la ciudad de Nueva Loja en el mes de junio de 2007 distribuidos en el Norte, Centro y Sur de esta ciudad. En términos generales las encuestas fueron contestadas sin dificultad.

Una vez finalizado el proceso de recolección de datos por encuestas se procedió a editar, codificar y graficar los resultados.

### 3.4.3.2 Procesamiento y Análisis de Datos.

El análisis de las encuestas realizadas se lo llevo acabo mediante gráficas y tablas para una mejor obtención de información. Una vez aplicada la encuesta correspondiente a un grupo de 374 personas se adquiere la información necesaria para conocer la aceptación de los pobladores de la ciudad de Nueva Loja de los servicios de inhumación y exequiales que brindará un Campo Santo.

A continuación se detalla los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta de acuerdo a la muestra calculada.

#### 3.4.3.2.1 Pregunta 1

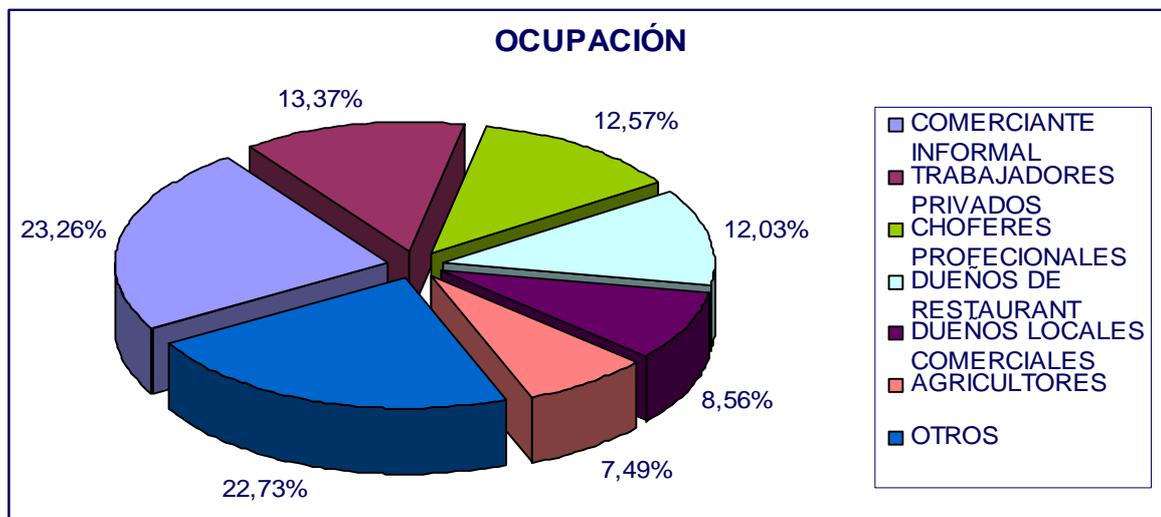
Sírvase a indicar su **CUADRO Nº 1** ocupación actual:

OCUPACION	CANT	%
COMERCIANTE INFORMAL	87	23.26%
TRABAJADORES PRIVADOS	50	13.37%
CHOFERES PROFESIONALES	47	12.57%
DUEÑOS DE RESTAURANTE	45	12.03%
DUEÑOS LOCALES COMERCIALES	32	8.56%
AGRICULTORES	28	7.48%
OTROS	85	22.73%
<b>TOTAL</b>	<b>374</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO

GRAFICO N° 1



Fuente: Encuesta Realizada.

Elaboración: MAYRA HARO.

**Interpretación:** En el Cuadro N° 1 y en el Gráfico N° 1 muestra lo referente a la ocupación de los habitantes encuestados de la ciudad de Nueva Loja se detecta que el 23, 26% se dedica al comercio informal, el 22,73% incurre en diferentes ocupaciones descritas que han sido definidas como otros, el 13,37% pertenece al campo laboral en empresas privadas, por ende son trabajadores privados, el 12,57% realiza la ocupación de chóferes profesionales, el 12,03% de los habitantes son dueños de restaurantes, el 8,56% son propietarios de locales comerciales y el 7,49% desarrollan la ocupación de la agricultura, mostrando así que los habitantes ejercen actividades lucrativas que son una muy buena fuente de ingresos para ellos pudiendo obtener nuestros servicios.

#### 3.4.3.2.2. Pregunta 2

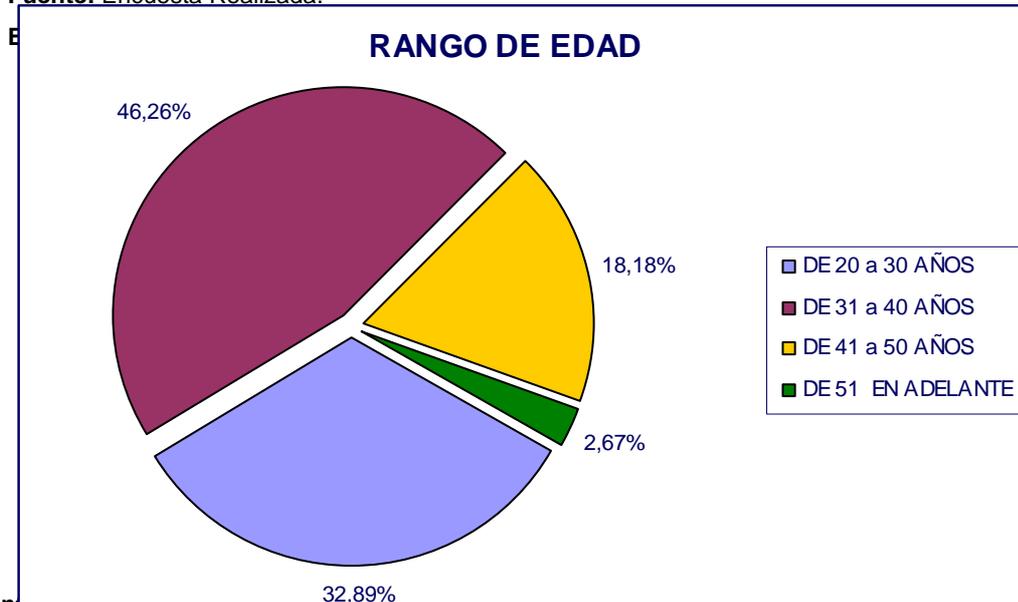
CUADRO N° 2

Indique el grupo de edad al que pertenece:

EDAD	CANT	%
DE 20 a 30 AÑOS	123	32.89%
DE 31 a 40 AÑOS	173	46.26%
DE 41 a 50 AÑOS	68	18.18%
DE 51 EN ADELANTE	10	2.67%

<b>TOTAL</b>	<b>374</b>	<b>100,00%</b>
--------------	------------	----------------

Fuente: Encuesta Realizada.



Elaboración: MAYRA HARO.

**Interpretación:** El Cuadro N° 2 y en el Gráfico N° 2 muestra con respecto al rango de edad en el que se encontraron los habitantes encuestados de Nueva Loja vemos que el 46,26% se encuentra entre 31 a 40 años, el 32,89% pertenece al rango de 20 a 30 años, el 18,18% comprende una edad de 41 a 50 años y el 2,67% parte de los 51 años en adelante.

#### 3.4.3.2.3 Pregunta 3

**CUADRO N° 3**

**Indique su estado civil:**

<b>ESTADO CIVIL</b>	<b>CANT</b>	<b>%</b>
SOLTERO	83	22.19%
CASADO	190	50.80%
DIVORCIADO	12	3.21%
UNION LIBRE	85	22.73%
VIUDO	4	1.07%
<b>TOTAL</b>	<b>374</b>	<b>100,00%</b>

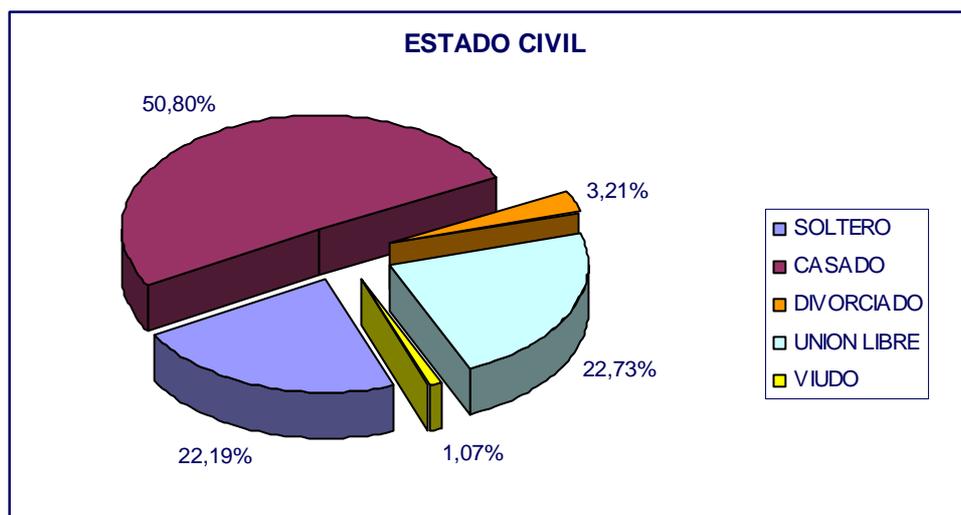
Fuente: Encuesta Realizada.

Elaboración: MAYRA HARO.

Fuente: Encuesta Realizada.

Elaboración: MAYRA HARO.

GRAFICO N° 3



**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

**Interpretación:** En lo referente al estado civil de los encuestados determinamos en Cuadro N° 3 y en el Gráfico N° 3 que el 50,80% son Casados, el 22,73% se encuentran en Unión Libre, el 22,19% son Solteros, mientras que el 3,21% se encuentran en estado de Divorcio y el 1,07% son Viudos.

#### 3.4.3.2.4 Pregunta 4

CUADRO N° 4

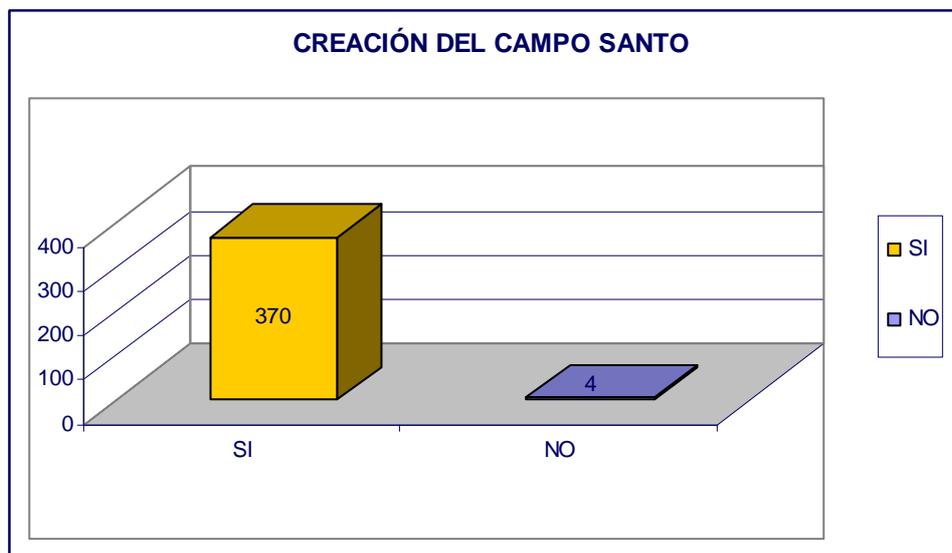
**¿Está usted de acuerdo con la creación de un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja?**

CREACIÓN DEL CAMPO SANTO	CANT	%
SI	370	98,93%
NO	4	1,07%
<b>TOTAL</b>	<b>374</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

GRAFICO N° 4



**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

**Interpretación:** El Cuadro N° 4 y en el Gráfico N° 4, se nota claramente que de los 374 encuestados el 98,93% están de acuerdo en la creación del Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja, mientras que el 1,07% esta en desacuerdo con la creación del mismo.

#### 3.4.3.2.5 Pregunta 5

CUADRO N° 5

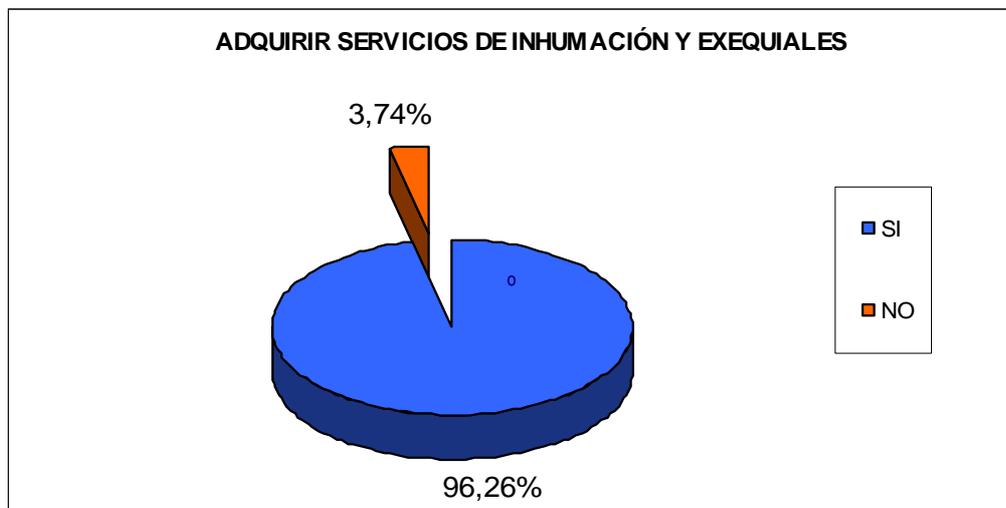
**¿Estaría usted de acuerdo en adquirir los servicios de inhumación y exequiales en un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja?**

ADQUIRIR SERVICIOS	CANT	%
SI	360	96,26%
NO	14	3,74%
<b>TOTAL</b>	<b>374</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

GRAFICO N° 5



**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

**Interpretación:** Con referencia a los encuestados que fue un total de 374, notamos claramente en el Cuadro N° 5 y en el Gráfico N° 5, que el 96,26% está de acuerdo en la adquisición del servicio de inhumación, siendo apenas el 3,74% en desacuerdo con dicha adquisición, dando por terminada su participación en el desarrollo de la encuesta

#### 3.4.3.2.6 Pregunta 6

CUADRO N° 6

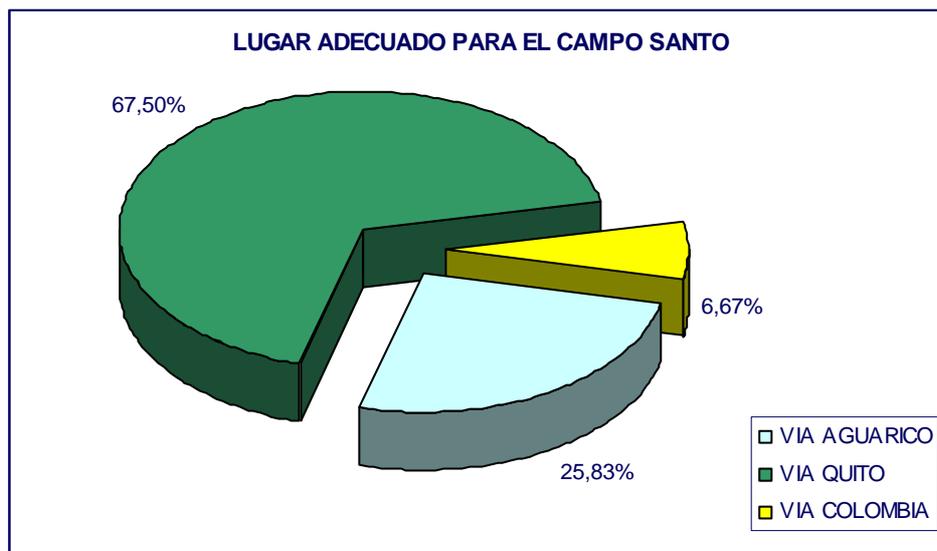
**¿Dónde piensa usted que sería el lugar más adecuado para construir el nuevo Campo Santo?**

LUGAR ADECUADO	CANT	%
VIA AGUARICO	93	25,83%
VIA QUITO	243	67,50%
VIA COLOMBIA	24	6,67%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

GRAFICO N° 6



**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

**Interpretación:** El Cuadro N° 6 y el Gráfico N° 6 muestra que de los 360 encuestados que continuaron con el desarrollo de la misma se aprecia que el 67,50% esta de acuerdo en que la localización del Campo Santo se encuentre en la Vía Quito, mientras que el 25,83% manifiesta que su preferencia de localización de dicho Campo se encuentre Vía Aguarico y el 6,67% lo prefieren Vía Colombia.

#### 3.4.3.2.7 Pregunta 7

CUADRO N° 7

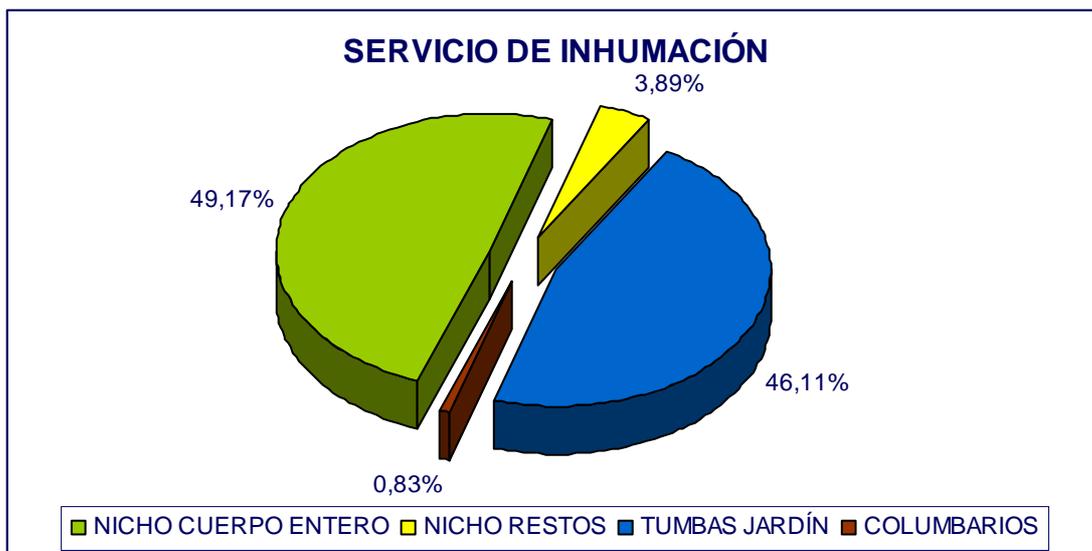
**¿De los tipos de servicio de inhumación que detallamos a continuación, cuál estaría dispuesto a adquirir?**

SERVICIO DE INHUMACION	CANT	%
NICHO CUERPO ENTERO	177	49,17%
NICHO RESTOS	14	3,89%
TUMBAS JARDÍN	166	46,11%
COLUMBARIOS	3	0,83%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

GRAFICO N° 7



**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

**Interpretación:** A continuación notamos en el Cuadro N° 7 y en el Gráfico N° 7, que el 49,17% de encuestados prefiere adquirir el servicio de inhumación para nichos de cuerpo entero, el 46,11% prefiere las tumbas en el jardín, los nichos para restos mantiene un 3,89% en su preferencia, y para un servicio futuro los columbarios ocupan el 0.83% lo que muestra que si adquirirían este servicio.

#### 3.4.3.2.8 Pregunta 8

CUADRO N° 8

**De acuerdo a la pregunta anterior ¿cuál de los montos especificados, estaría usted dispuesto a cancelar según al servicio adquirido?**

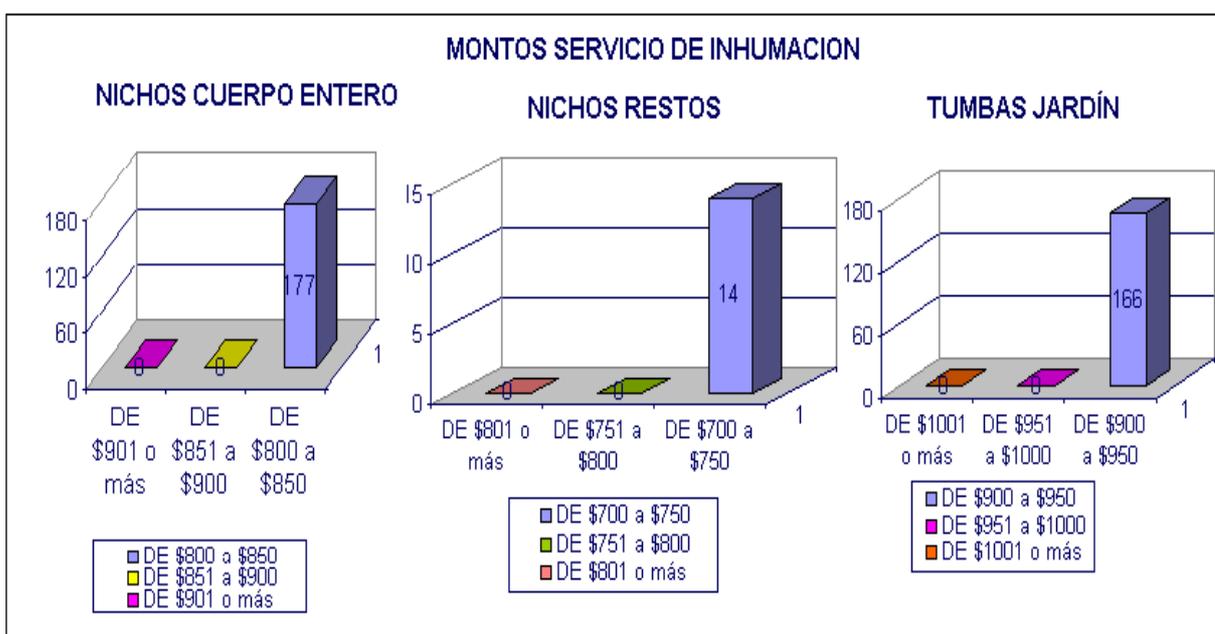
MONTOS SERVICIOS DE INHUMACION			CANT	100%
1	NICHOS	DE \$800 a \$850	177	49,58%
	CUERPOS	DE \$851 a \$900	0	0,00%
		DE \$901 o más	0	0,00%
2	NICHOS	DE \$700 a \$750	14	3,92%
	RESTOS	DE \$751 a \$800	0	0,00%

		DE \$801 o más	0	0,00%
<b>3</b>	<b>TUMBAS</b>	DE \$900 a \$950	166	46,50%
	<b>JARDIN</b>	DE \$951 a \$1000	0	0,00%
		DE \$1001 o más	0	0,00%
	<b>TOTAL</b>		<b>357</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO

**GRAFICO N° 8**



**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

**Interpretación:** Como se puede observar en el Cuadro N° 8 y en el Gráfico N° 8, esta pregunta tiene relación con la anterior e indica el monto de los servicios anteriormente expuestos, donde indica que para los encuestados que prefirieron el servicio de nichos para cuerpo entero que fueron 177 están dispuestos a cancelar el valor más bajo, que es de \$800 a \$850, para quienes desearon los nichos para restos que fueron 14 están dispuestos a cancelar el valor más bajo, que es de \$700 a \$750, y quienes prefirieron las tumbas en el jardín, que fueron 166 están dispuestos a cancelar el valor más bajo, que es de \$900 a \$950.

3.4.3.2.9 *Pregunta 9*

CUADRO N° 9

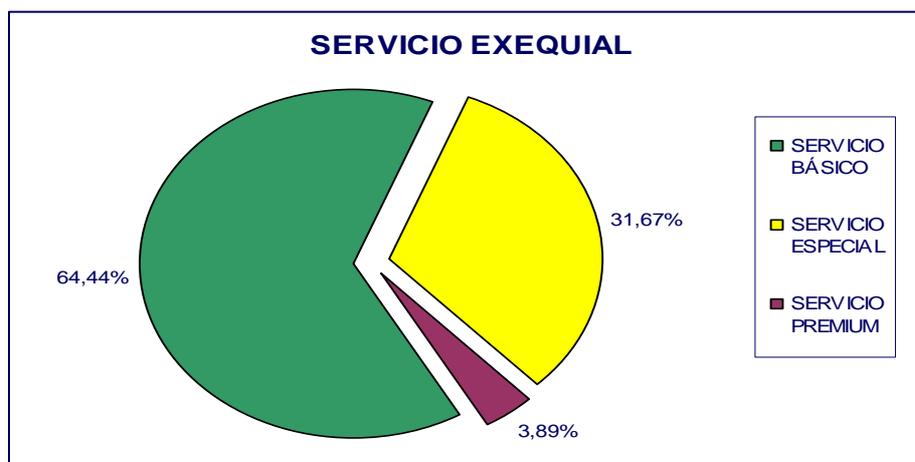
**¿Cuál de las siguientes alternativas de un servicio exequial le interesaría a UD adquirir?**

SERVICIO EXEQUIAL	CANT	%
SERVICIO BÁSICO	232	64,44%
SERVICIO ESPECIAL	114	31,67%
SERVICIO PREMIUM	14	3,89%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

GRAFICO N° 9



**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

**Interpretación:** El Cuadro N° 9 y el Gráfico N° 9 denotan claramente la preferencia de los encuestados al ver que el 64,44% decidieron el Servicio Básico, con un 31,67% al Servicio Especial, y el 3,89% fue de preferencia para el Servicio Premium.

## 3.4.3.2.10 Pregunta 10

CUADRO Nº 10

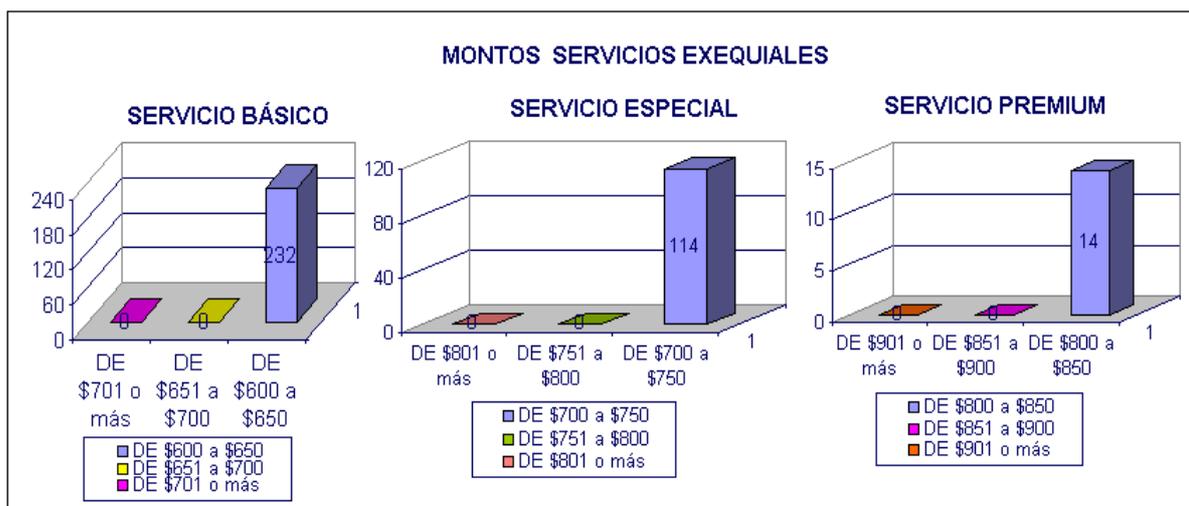
De acuerdo a la pregunta anterior ¿cuál de los montos especificados, estaría usted dispuesto a cancelar según al servicio adquirido?

MONTOS SERVICIOS EXEQUIALES			CANT	100%
1	SERVICIO	DE \$600 a \$650	232	64,44%
	BÁSICO	DE \$651 a \$700	0	0,00%
		DE \$701 o más	0	0,00%
2	SERVICIO	DE \$700 a \$750	114	31,67%
	ESPECIAL	DE \$751 a \$800	0	0,00%
		DE \$801 o más	0	0,00%
3	SERVICIO	DE \$800 a \$850	14	3,89%
	PREMIUM	DE \$851 a \$900	0	0,00%
		DE \$901 o más	0	0,00%
TOTAL			360	100%

Fuente: Encuesta Realizada.

Elaboración: MAYRA HARO.

GRAFICO Nº 10



Fuente: Encuesta Realizada.

Elaboración: MAYRA HARO

**Interpretación:** En el Cuadro N° 10 y en el Gráfico N° 10 vemos que igualmente esta pregunta tiene relación con la anterior e indica el monto de los servicios exequiales, donde muestra que los encuestados que prefirieron el Servicio Básico siendo estos 232, están dispuestos a cancelar el valor más bajo que es de \$600 a \$650, para quienes desearon el Servicio Especial que fueron 114, están dispuestos a cancelar el valor más bajo, que es de \$700 a \$750, y quienes prefirieron el Servicio Premium, que fueron 14, están dispuestos a cancelar el valor más bajo, que es de \$800 a \$850.

#### 3.4.3.2.11 Pregunta 11

CUADRO N° 11

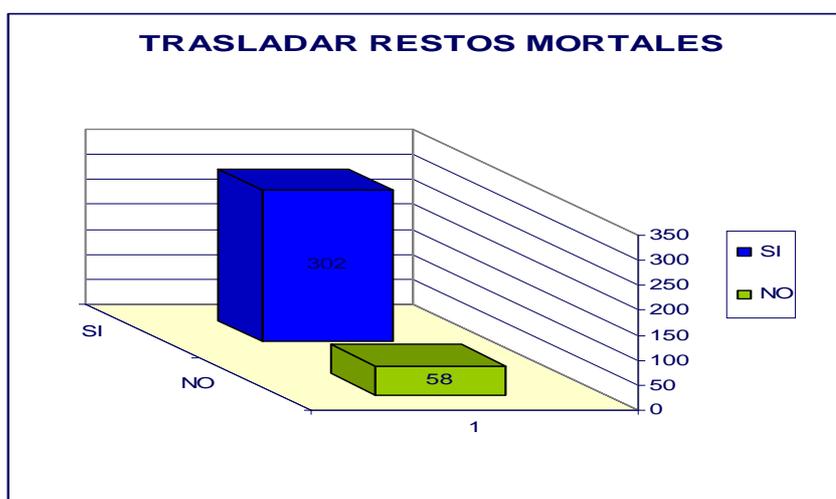
**¿Si UD tuviera un familiar sepultado en el cementerio general, trasladaría sus restos mortales a un nuevo Campo Santo?**

TRASLADAR RESTOS MORTALES	CANT	%
SI	302	83,89%
NO	58	16,11%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

GRAFICO N° 11



**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

**Interpretación:** La información del Cuadro N° 11 y del Gráfico N° 11 revela las expectativas que poseen los habitantes de Nueva Loja con respecto a trasladar los restos de sus seres queridos del antiguo cementerio al nuevo Campo Santo; el 83,89% correspondiente a 302 encuestados optaron por si trasladar los restos, y el 16,11% que corresponde a 58 encuestados eligieron lo contrario.

### 3.4.3.2.12 Pregunta 12

**CUADRO N° 12**

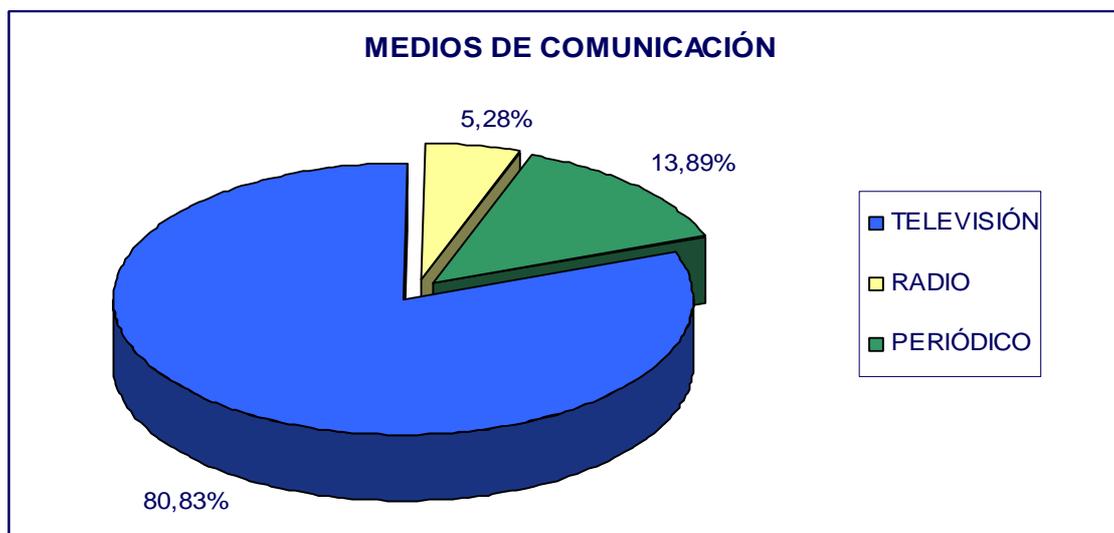
**¿A través de que medios de comunicación le gustaría que se de a conocer al nuevo Campo Santo?**

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	CANT	%
TELEVISIÓN	291	80,83%
READIO	19	5,28%
PERIÓDICO	50	13,89%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

**GRAFICO N° 12**



**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

**Interpretación:** En el Cuadro N° 12 y en el Gráfico N° 12 se observa que el 80,83% de los habitantes de Nueva Loja prefieren que se de a conocer por medio de la televisión al nuevo Campo Santo, mientras que un 13,89% lo desea por el periódico, y un 5,28% le gustaría escuchar por la radio.

### 3.4.3.2.13 Pregunta 13

CUADRO N° 13

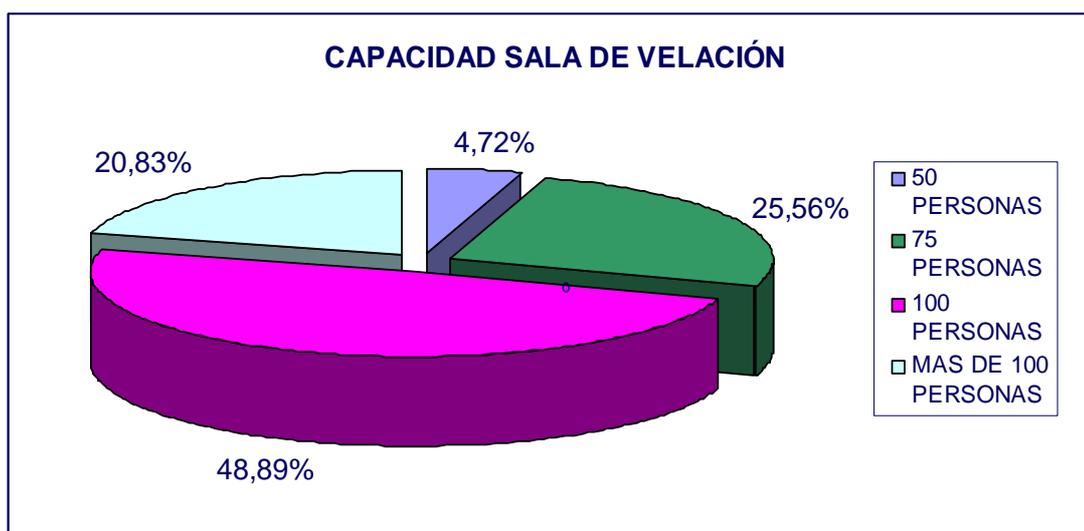
**La sala de velación debería tener una capacidad para:**

CAPACIDAD SALA DE VELACIÓN	CANT	%
50 PERSONAS	17	4,72%
75 PERSONAS	92	25,56%
100 PERSONAS	176	48,89%
MAS DE 100 PERSONAS	75	20,83%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

GRAFICO N° 13



**Fuente:** Encuesta Realizada.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

**Interpretación:** Mediante el Cuadro N° 13 y el Gráfico N° 13 este observamos que el 48,89% de los encuestados prefieren que la sala para velación tenga una capacidad para 100 personas, continuando con el 25,56%, que opinan que la sala de velación tenga una capacidad para 75 personas, seguido de un 20,83% que dicen que la capacidad sea de 50 personas y finalmente el 4,72% prefieren que tenga una capacidad de mas de 100 personas.

### **3.5. LA DEMANDA.**

Con la información obtenida vemos que la demanda en la ciudad de Nueva Loja es alta, ya que no existe una organización exequial, debido a que, solo cuenta con un cementerio municipal, cabe indicar que este lugar no dispone de unidades de sepultamiento a propiedad como también su estructura no recibe un manteniendo adecuado y sus instalaciones ya no cuentan con espacios apropiadas para satisfacer al nivel de demanda existente. Cabe recalcar que el cementerio municipal cuenta con nichos de arrendamiento.

De igual forma no cuentan con Salas de Velación para realizar una despedida digna de un difunto, ya que 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.

#### **3.5.1. DEMANDA POTENCIAL.**

La demanda o clientes que están de acuerdo con la aceptación de los servicios del Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja, se ha determinado considerando los resultados obtenidos en la encuesta aplicada y que se muestran en el Cuadro N° 5, esta información se la proyecta al promedio total de las personas fallecidas en los últimos cinco años registradas en el

Registro Civil de la ciudad de Nueva Loja que lo vemos en el Cuadro N° 14, siendo el 96.26% de los encuestados que están de acuerdo en adquirir los servicios de la nueva empresa.

CUADRO N° 14

**FALLECIDOS EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA.**

<b>AÑO</b>	<b>FALLECIDOS REGISTRADOS EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA.</b>
2004	198
2005	167
2006	223
2007	186
2008	211
TOTAL	985
<b>Promedio Total.</b>	<b>197</b>

**Fuente:** Registro Civil Ciudad de Nueva Loja.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

A continuación en el Cuadro N° 15 se detalla la Demanda Potencial de los servicios de Inhumación y Exequiales:

CUADRO N° 15

**DEMANDA POTENCIAL DE SERVICIOS DE INHUMACION Y EXEQUIALES EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA.**

<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>CIUDAD NUEVA LOJA</b>
Promedio total de fallecidos en la ciudad de Nueva Loja durante los 5 últimos años.	197
(*) Porcentaje que estaría dispuesto a utilizar los servicios de inhumación y exequiales en el Campo Santo.	96.26%
(=) Número de usuarios cuyos familiares están de acuerdo con la construcción de un campo santo privado.	<b>190</b>

**Fuente:** Cuadro N° 14 y 5

**Elaboración:** MAYRA HARO.

### 3.5.2. DEMANDA REAL.

Para el cálculo de la demanda real que lo vemos en el Cuadro N° 16 vamos a construir un escenario conservador a partir de la demanda potencial, planteándonos captar el 70% del mercado, es decir aspiramos que al menos el 70% de las defunciones de ese año utilicen los servicios de inhumación y exequiales en el Campo Santo EL Recuerdo.

Al decir que vamos a captar el 70% del mercado, lo justificamos en tres factores:

- 1.- Al estar saturado el cementerio actual y siendo nuestro proyecto la única opción en el sector podemos asegurar que tenemos un mercado cautivo para los servicios exequiales y de inhumación.
- 2.- Asumimos que no todos los habitantes del sector usarán los servicios del Campo Santo el Recuerdo, ya que muchos de ellos desearan que le entierren es su ciudad natal.
- 3.- El factor economico siempre sera determinante en la toma de deción en el uso de los servicios del nuevo Campo Santo.

CUADRO N° 16

#### DEMANDA REAL DE SERVICIOS DE INHUMACION Y EXEQUIALES EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA.

DEMANDA REAL	CIUDAD NUEVA LOJA
Demanda Potencial.	190
+ (*) Porcentaje de crecimiento promedio defunciones registradas en el Registro Civil de Nueva Loja.	20%
(=) Número de usuarios proyectados para el año 2009.	<b>228</b>

(*) Porcentaje de captación del mercado que esperamos tener para la utilización de los servicios de inhumación y exequiales en el Campo Santo.	70%
(=) Número de usuarios cuyos familiares si utilizarían los servicios de inhumación y exequiales para el año 2009.	159

**Fuente:** Cuadro N° 15.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

### 3.5.3. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

Para proyectar la demanda de servicios de inhumación y exequiales para el nuevo Campo Santo, se ha considerado el índice de defunciones que constan en el Registro Civil de Nueva Loja. Tomando en cuenta estos mismos valores podemos apreciar que existe un crecimiento promedio del 20% en el número de defunciones registradas año a año, lo que nos permite, basándonos en estos datos históricos proyectar el crecimiento de la demanda en el "20% anual"<sup>48</sup>, a continuación en el Cuadro N° 17 y en el Gráfico N° 14 la Demanda Real Proyectada:

CUADRO N° 17

#### DEMANDA REAL PROYECTADA PARA 5 AÑOS (VIDA UTIL)

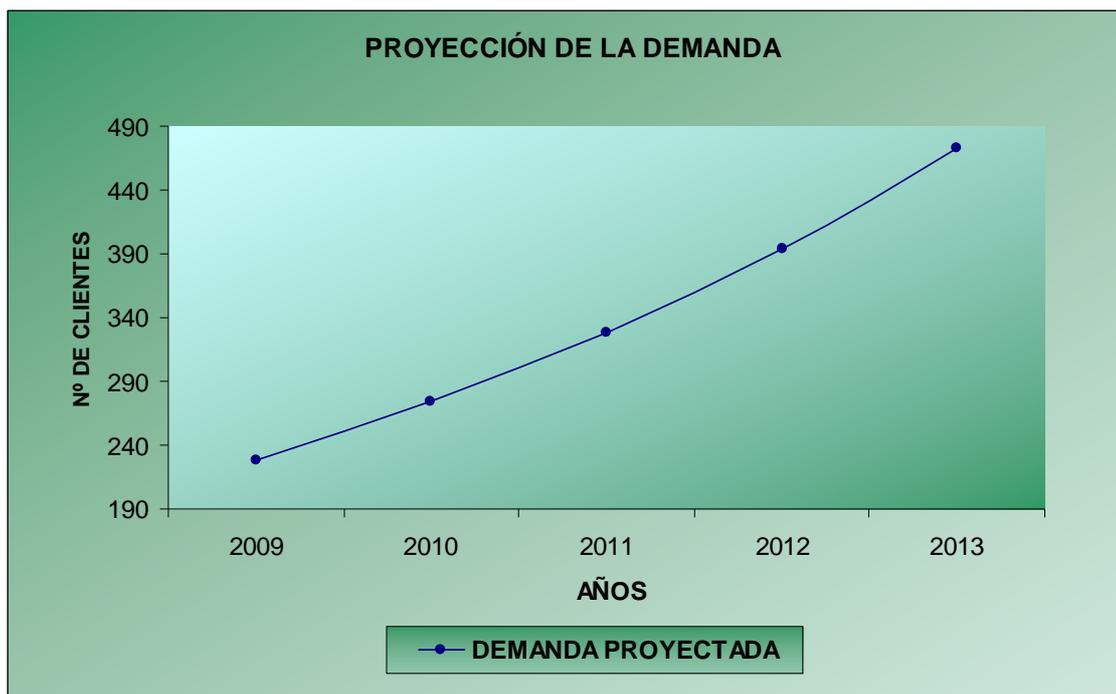
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA 20% INCREMENTO ANUAL	DEMANDA REAL PROYECTADA CON EL 70% DE CAPTACIÓN DEL MERCADO
2009	228	159
2010	273	191
2011	328	229
2012	393	275
2013	472	330

**Fuente:** Cuadro N° 16.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

<sup>48</sup> Datos obtenidos en el Registro Civil de Nueva Loja.

GRAFICO N° 14



Fuente: Cuadro N° 17.

Elaboración: MAYRA HARO.

Como se puede apreciar en el Cuadro N° 17 el incremento de la demanda real en base al porcentaje de crecimiento, se ha podido determinar que la demanda esperada para el 2009 es de 228 fallecidos, en el año 2010 se obtiene un crecimiento a 274 fallecidos, mientras tanto que en el año 2011 se obtiene una demanda de 328 fallecidos, como también en los años 2012 como 2013 se obtiene un incremento a 393 y 472 fallecidos respectivamente para dichos años a los cuales sus familiares están dispuestos a la adquisición de los servicios ofrecidos. Cabe destacar que el porcentaje de captación del mercado que nos planteamos es del 70% debido a los factores explicados anteriormente.

### 3.6. LA OFERTA.

En la ciudad de Nueva Loja actualmente existe un cementerio que esta bajo la administración del gobierno municipal de la localidad. El cementerio fue creado en el año de 1988, este es una reubicación de un antiguo cementerio

que hasta ese año ya no contaba con espacio para realizar futuras sepulturas.

### **3.6.1. CARACTERÍSTICAS DEL ACTUAL CEMENTERIO GENERAL.**

- **Ubicación:** El cementerio Municipal de la ciudad de Nueva Loja se ubica en el noroeste de la ciudad, distante de las zonas colonizadas de la ciudad, el problema que presenta es de estar ubicado en un sector pantanoso.
- **Accesibilidad:** El cementerio se comunica con el resto de la ciudad a través de una vía de tercer orden, que se conecta a la red arterial principal, la vía Colombia.
- **El Terreno:** El terreno de forma trapezoidal, se caracteriza por tener un pequeño tramo con fuertes pendientes en forma de una pequeña colina, el desnivel existente entre el acceso y la cumbre es de 7,5m. En este sector del terreno de aproximadamente 9,000m<sup>2</sup> se hallan las tumbas, y su implantación es por demás caótica. Se ha construido un cerramiento de aproximadamente 300m de longitud, en los linderos Sur y Oeste, no así en los linderos Norte y Este; carece de la puerta de acceso lo que contribuye a la profanación de las tumbas.
- **Las Edificaciones:** *La Morgue*, ubicada frente al acceso, es una construcción con hormigón, paredes de bloque enlucidas y pintadas, piso de cemento, ventanas de hierro, puerta de madera, todo ello en regular estado.

Para un buen funcionamiento carece de elementales servicios como: baño, oficina de médico, agua potable, energía eléctrica y un adecuado sistema de evacuación de aguas servidas se suma a ello su mala ubicación.

*Caseta para Panteonero*, pequeña elemental e inconclusa edificación.

*Las Tumbas,* Se han ido ubicando sin ningún orden y control, es el usuario el que decide el sitio que ha de ocupar. No se cumplen las normas sanitarias del Código de Salud.

*Los Osarios,* Al igual que el resto de tumbas no cumplen con las regulaciones sanitarias, especialmente en cuanto a su impermeabilidad y hermetismo. Las dimensiones de los nichos exceden a los requerimientos razón por la cual se desperdicia el espacio.

El cementerio carece de obras exteriores como vías, jardines, estacionamientos vehiculares, etc.

Sintetizando el Cementerio de la ciudad de Nueva Loja se ha ido estructurando sin orden ni control, presenta déficit de servicios, carece de obras de infraestructura básica, no cuenta con regulaciones tanto del uso del suelo, como de control sanitario.

El cementerio para su funcionamiento requiere a más de una buena infraestructura física, de normas y regulaciones municipales, así como de un organismo administrativo para su control y funcionamiento.

### **3.6.2. COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA.**

De acuerdo a una entrevista realizada al jefe del departamento de Higiene del Municipio y al Comisario del Cantón Lago Agrio se obtuvo información de que el actual cementerio está totalmente copado, es decir ya no hay espacio para poder sepultar a alguien más y que lo que se está haciendo por el momento es enterrar uno sobre otro hasta que se dé una solución a este grave problema.

Con los antecedentes antes expuestos realizamos el Cuadro N° 18 donde se encuentra el número de fallecidos sepultados en el actual cementerio municipal:

**CUADRO Nº 18**  
**COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA.**

<b>AÑO</b>	<b>FALLECIDOS SEPULTADOS EN EL CEMENTERIO GENERAL</b>
2002	151
2003	155
2004	157
2005	140
2006	166
2007	148
2008	152
<b>TOTAL</b>	<b>1073</b>

**Fuente:** Comisaría Municipal de Nueva Loja.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

### 3.6.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA.

Para proyectar la oferta del actual cementerio general, se ha considerado utilizar el método de los mínimos cuadrados, para poder obtener la curva que une todos los puntos de la oferta, estos datos los tenemos en el Cuadro Nº 19.

**CUADRO Nº 19**  
**MÉTODO DE LOS MÍNIMOS CUADRADOS.**

<b>AÑOS</b>	<b>X (periodo)</b>	<b>Y (oferta histórica)</b>	<b>(X * Y)</b>	<b>X<sup>2</sup></b>
<b>2004</b>	1	157	157	1
<b>2005</b>	2	140	280	4
<b>2006</b>	3	166	498	9
<b>2007</b>	4	148	592	16
<b>2008</b>	5	152	760	25
<b>Σ</b>	<b>15</b>	<b>763</b>	<b>2287</b>	<b>55</b>

**Fuente:** Cuadro Nº 18.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} \quad \bar{x} = \frac{15}{5}$$

$$\bar{x} = 3$$

$$\bar{y} = \frac{\sum y}{n} \quad \bar{y} = \frac{763}{5}$$

$$\bar{y} = 152.6$$

$$b = \frac{\sum(xy) - n\bar{x}\bar{y}}{\sum x^2 - n\bar{x}^2}$$

$$b = \frac{2287 - 5(3)(152.6)}{55 - 5(3)^2}$$

$$b = -0.2$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

$$a = 152.6 - (-0.2)(3)$$

$$a = 153.2$$

Ahora aplicando la ecuación de la curva se obtiene:

$$y = a + bx$$

$$y = 153.2 + (-0.2)x$$

Donde: X = número de periodos (años)  
Y = Oferta.

A continuación procedemos a realizar el Cuadro N° 20 donde se muestra la Proyección de la Oferta:

CUADRO N° 20

### PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	X (periodos)	Y (Oferta Proyectada)
2009	6	152
2010	7	152
2011	8	152
2012	9	151
2013	10	151

Fuente: Método Mínimos Cuadrados, Cuadro N° 19.

Elaboración: MAYRA HARO.

Podemos notar claramente en el cuadro N° 20 que mediante el cálculo anterior, la oferta proyectada que tiene el actual cementerio general no genera ningún aumento, ya que se debe a los problemas antes expuestos por los que esta pasando el mismo, mencionando como el más importante el que ya no tiene capacidad para sepultar, mediante esto, queda comprobado que no tiene más cabida para acoger a otro fallecido más.

### 3.6.4. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.

Mediante el cálculo de la demanda insatisfecha nos permite ver la posibilidad de que pueda o no ingresar a operar una nueva empresa de servicios de inhumación y exequiales en la ciudad de Nueva Loja.

CUADRO N° 21

#### DEMANDA INSATISFECHA.

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2009	228	152	-76
2010	274	152	-122
2011	328	152	-176
2012	394	151	-243
2013	473	151	-322

Fuente: Cuadro N° 17, 20.

Elaboración: MAYRA HARO.

GRAFICO N° 15



Fuente: Cuadro N° 21.

Elaboración: MAYRA HARO.

Como se podemos observar en el Cuadro N° 21 y en el Gráfico N° 15, en la ciudad de Nueva Loja existe una demanda insatisfecha favorable que va aumentando para los 5 años siguientes, razón por la cual es beneficioso crear un nuevo Campo Santo.

### 3.7. ANÁLISIS DE PRECIOS

Para el análisis de los precios se tomo como referencia a la SFN (Sociedad Funeraria Nacional).

Los servicios de inhumación y paquetes de servicios exequiales a ofrecer varían según las necesidades, requerimientos y gustos de los habitantes. A través de la investigación de campo se determinó, que el precio de cada unos de los servicios de inhumación varía de \$700 a \$900 y para los servicios exequiales varían de \$600 a \$850 respectivamente.

A continuación detallamos cada uno de los servicios:

#### Servicios de Inhumación:

- ***Nichos para cuerpos enteros incluye:***

- Espacio para el cuerpo.
- Placa de granito con su respectiva inscripción.
- Florero de bronce.
- Apertura y cierre del espacio.

#### PRECIO:

NICHOS CUERPO ENTERO		
\$ 800	A	\$850

- ***Nichos para restos incluye:***

- Espacio para el cuerpo.
- Placa de granito con su respectiva inscripción.
- Florero de bronce.
- Apertura y cierre del espacio.

#### PRECIO:

NICHOS PARA RESTOS		
\$ 700	A	\$750

- **Tumbas en el Jardín incluye:**

- Lotes de terreno si edificación con capacidad para 2 personas hacia abajo.
- Placa de granito con su respectiva inscripción.
- Un florero de bronce.
- Apertura y cierre del espacio.

**PRECIO:**

TUMBAS EN EL JARDÍN		
\$ 900	A	\$950

**Servicios Exequiales:**

- **Servicio Básico.-** Este consta de los siguientes beneficios:

- Sala de velación por 24 horas.
- Cofre metálico sin herrajes.
- Servicio religioso.
- Servicio de cafetería (personalizado por 6 horas)
- Arreglo floral para cubrir el cofre.

**PRECIO:**

SERVICIO BÁSICO		
\$ 600	A	\$650

- **Servicio Especial.-** Este consta de los siguientes beneficios:

- Sala de velación por 36 horas.
- Cofre metálico con herrajes, o cofre de madera.
- Servicio religioso.
- Servicio de cafetería (personalizado por 10 horas)
- Arreglo floral para cubrir el cofre, y dos floreros laterales.
- Trámites legales (Registro civil y Dirección de Salud).
- Traslado en Auto corraza.

**PRECIO:**

SERVICIO ESPECIAL		
\$ 700	A	\$750

- **Servicio Premium.-** Este consta de los siguientes beneficios:
  - Sala de velación por 48 horas.
  - Cofre metálico con herrajes, o cofre de madera.
  - Servicio religioso con acompañamiento musical.
  - Servicio de cafetería (personalizado por 15 horas)
  - Arreglo floral para cubrir el cofre, y 1 florero en las 4 esquinas.
  - Trámites legales (Registro civil y Dirección de Salud).
  - Traslado en Auto corraza.
  - Libro de condolencias.
  - Misa privada del mes con acompañamiento musical.

**PRECIO:**

SERVICIO PREMIUM		
\$ 800	A	\$850

**3.8. COMERCIALIZACIÓN.**

La comercialización, es la actividad más importante en una organización, por ello en este proyecto se deberá contar con un departamento de ventas y marketing, 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 aplicara para facilitar la transferencia del servicio se realizara 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 un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja.

**Cliente:** Familiares de los fallecidos en la ciudad de Nueva Loja.

Se crearán estrategias de mercado y políticas de comercialización con diferentes alternativas:

- Una de las estrategias será la difusión del Campo Santo y Salas de Velación a través de la televisión, periódico y trípticos los mismos que se repartirán en toda la ciudad de esta forma se obtendrá la atención del cliente.
- Exposición de los servicios que presta el campo santo en ferias y lugares estratégicos dentro de la ciudad.
- Se contratará el servicio de vallas publicitarias, al momento de la apertura del Campo Santo, los mismos que deberán ser colocados en los diferentes puntos estratégicos de la ciudad, para atraer la atención de los clientes potenciales.

### 3.8.1. ESTRATEGIAS DE MERCADO.

#### 3.8.1.1 Estrategias de Servicio.

Para la comercialización del servicio se consideran los siguientes aspectos:

- La familia tendrá una ayuda efectiva cuando más lo necesite.
- La compra lo hace en el presente con tranquilidad sin que en futuro le cueste más dinero; es decir se congela el precio.
- Planes y financiamiento según su capacidad de pago.
- Es transferible.
- Es un nuevo sistema.
- El contratante tiene seguro de desgravaren.

- La compra a Previsión se considera como una inversión y no como un gasto.
- Obtiene un certificado de propiedad.

El servicio que el Campo Santo ofrece, dependerá de las necesidades de cada cliente, por lo tanto se puede definir diferentes planes individuales, familiares, empresariales, opciones que se adapten de acuerdo al presupuesto y libertad de culto.

Brindar servicios de inhumación y exequiales a todas las personas, proporcionar asesoría para los trámites correspondientes que deben realizar los familiares, se prestará un servicio personalizado, en el que los clientes tengan una atención oportuna para lograr completar su satisfacción.

#### **3.8.1.2 Estrategias de Precios.**

- Debido a que el campo santo ofrecerá tres tipos de servicio exequial se necesitará de varios productos, por ello, se incurrirá en la firma de convenios con proveedores de dichos productos para el mantenimiento del precio de los mismos para cada año.
- En lo referente a la prestación del servicio exequial Premium se implementarán estrategias de mercado trimestrales en base a la disminución de su precio en un 10%, dar facilidades de pago mediante alianzas estratégicas con empresas financieras.
- El precio estará íntimamente ligado a la calidad, mas no solo a la calidad intrínseca de lo que es el servicio, de lo que él hace, si no lo que el cliente espera que el servicio haga por él.
- Con referencia a los resultados obtenidos en la encuesta tenemos que, la mayoría de los habitantes de la ciudad de Nueva Loja están de acuerdo en cancelar por un servicio funerario valores que fluctúan desde los \$600 hasta \$850, es por esta razón que he considerado dos tipos de servicios principales de inhumación que son nichos para cuerpo entero y tumbas en el jardín, como también un principal en el servicio exequial

que es el servicio básico, de tal forma que el cliente pueda escoger el que más le convenga.

### **3.8.1.3 Estrategias de Venta.**

- Los Agentes vendedores brindaran atención personalizada a empresas privadas, instituciones publicas y a la población.
- Cada asesor comercial contará con una carpeta con fotografías y material necesario para su desenvolvimiento.
- Una oficina en el centro de la ciudad, de manera que sea de fácil acceso para los clientes.
- Crear una página Web en la que informe los servicios y beneficios que brindará el nuevo camposanto.
- Se entregará cartas de presentación acompañadas de un CD, el que demostrará los diferentes servicios que se ofrecerá en el Campo Santo, dirigido a personas e instituciones que no dejan a la deriva ese momento inevitable.

### **3.8.1.4 Estrategias de Promoción y Publicidad.**

- Se realizarán alianzas estratégicas con empresas del Cantón para brindarles la oportunidad de obtener descuentos en la adquisición de los servicios, mediante la promoción y comunicación de los beneficios y ventajas que obtendrían al adquirir dichos servicios en el Campo Santo.
- Implantar promociones para la fuerza de ventas como las comisiones, concebidas para motivar a la fuerza de ventas y lograr que los esfuerzos de del grupo de ventas resulten más eficaces.
- Aprovechar la inexistencia de competitividad en la prestación de los servicios exequiales: básico, especial y Premium en base a las necesidades y requerimientos de los habitantes de la ciudad de Nueva Loja.
- Se utilizará letreros panorámicos como son los de gigantografía ya que estos permiten dar a conocer el servicio que la empresa brinda estarán ubicados en puntos estratégicos de la ciudad.

- Se tienen que realizar spots publicitarios que estarán a cargo de una empresa especializada en publicidad, estos spots serán utilizados en distintos medios de comunicación como ser: Periódicos, revistas empresariales y radio entre otras.

## **CAPITULO IV**

### **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 la ciudad de Nueva Loja para cumplimiento de sus necesidades y requerimientos.

#### **4.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO TÉCNICO.**

Analizar, definir y presentar la alternativa que más favorezcan a los inversionistas con respecto al tamaño del proyecto, su localización y todas aquellas variables que puedan influir en el desarrollo viable del mismo.

#### **4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO.**

La determinación del tamaño del Campo Santo responde al análisis de los resultados del estudio de mercado, tomando para ello variables como:

- Disponibilidad de materiales directos.
- Demanda.
- Volumen de inversiones.
- Costos estimados.

Todos estos aspectos permitirán seleccionar un tamaño adecuado para que no existan inconvenientes en la prestación de los servicios.

#### 4.2.1. CAPACIDAD INSTALADA.

Para poner en marcha el proyecto la empresa cuenta con 50,000.00 m<sup>2</sup> de terreno, ubicados en la ciudad de Nueva Loja, Vía Quito Km. 2 ½ margen derecho de la vía Lago Agrio – Quito. Sin embargo la capacidad instalada con la que contará el nuevo Campo Santo para los cinco años de vida útil será para 2000 personas, capacidad en la que se incluye todos los servicios que ofrecerá la empresa.

Siendo una empresa de servicios, requerirá una buena inversión para ponerla en marcha, por lo que se empezara a trabajar únicamente con dos hectáreas; una que esta destinada para la construcción de las instalaciones del área administrativa, capilla, sala de velación de la empresa y la otra para el servicio de sepultura en nichos y sepultura en el jardín, con proyecciones a aumentar su capacidad (infraestructura) y servicios en los años siguientes la podemos ver en el Cuadro N° 22.

CUADRO N° 22

#### CAPACIDAD INSTALADA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD 5 AÑOS DE VIDA UTIL	PORCENTAJE A CUBRIR DE LA DEMANDA
2009	76	2000	100%
2010	122		
2011	<b>176</b>		
2012	<b>243</b>		
2013	<b>322</b>		

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

#### 4.2.2. CAPACIDAD UTILIZADA.

La capacidad utilizada tiene como base la aceptación del servicio en el mercado, así como también la cobertura de ventas. La capacidad de servicio exequiales está en función de la capacidad instalada del área de servicios así como también en relación a los años de vida útil del proyecto.

Se planifica que para el primer año se utilizará el 80%, de la capacidad instalada, para el segundo año el 85%, para el tercer año el 90%, para el cuarto año el 95% y para el quinto año de vida útil del proyecto se utilizará el 100% de la capacidad, esto se muestra en el Cuadro N° 23.

CUADRO N° 23

#### CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD TOTAL	PORCENTAJE	CAPACIDAD A UTILIZAR
	2000		
2009		80%	1600
2010		85%	1700
2011		90%	1800
2012		95%	1900
2013		100%	12000

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

A continuación en el Cuadro N° 24 se muestra la determinación de los usuarios de los servicios de inhumación a ofrecerse:

CUADRO Nº 24

**CUADRO DE DETERMINACION USUARIOS DE SERVICIOS DE  
INHUMACIÓN.**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>NICHOS CUERPO ENTERO</b>	<b>NICHOS PARA RESTOS</b>	<b>SEPULTURAS EN EL JARDIN</b>	<b>COLUMBARIOS FUTUROS</b>
		49,17%	3,89%	46,11%	0,83%
2009	1600	787	62	738	13
2010	1700	836	66	784	14
2011	1800	885	70	830	15
2012	1900	934	74	876	16
2013	2000	983	78	922	17

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

A continuación en el Cuadro Nº 25 se muestra la determinación de los usuarios de los servicios de exequiales a ofrecerse:

CUADRO Nº 25

**CUADRO DE DETERMINACION USUARIOS DE SERVICIOS  
EXEQUIALES.**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>SERVICIO BÁSICO</b>	<b>SERVICIO ESPECIAL</b>	<b>SERVICIO PREMIUM</b>
		64,44%	31,67%	3,89%
2009	1600	1031	507	62
2010	1700	1095	538	66
2011	1800	1160	570	70
2012	1900	1224	602	74
2013	2000	1289	633	78

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

### **4.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.**

Para una buena localización del proyecto se realizó un estudio macro y micro del mismo:

#### **4.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN.**

La localización de la Empresa de Servicios de Inhumación y Exequiales (Camposanto) estará ubicado en la ciudad de Nueva Loja capital de la Provincia de Sucumbíos.

Dentro de la macrolocalización se analizaran los siguientes puntos:

##### **4.3.1.1. Proximidad y Disponibilidad de Materias Primas.**

Debido a que el nuevo Campo Santo se lo instalará en la ciudad de Nueva Loja hace que la disponibilidad de la materia prima sea muy conveniente para el proyecto ya que la podemos encontrar en la zona.

##### **4.3.1.2. Medios de transporte.**

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

##### **4.3.1.3. Servicios.**

Se aprovechará la adquisición de ataúdes, y capillas realizadas en carpinterías del cantón, debido a que existe la materia prima (madera) localmente y su costo es económico por ser un producto de la zona.

#### **4.3.1.4. Mano de Obra.**

La ciudad de Nueva Loja, cuenta con un grupo humano que tienen facultades de empleo, y con ganas de superación. Lo que indica que el personal que laborará en el camposanto será propio de esta región. En el Cantón se dispone con recurso de un nivel escolar superior gracias a las universidades que actualmente brindan sus servicios, lo que permitirá seleccionar personal que ocupe el área administrativa sin inconvenientes.

#### **4.3.1.5. Terreno.**

La empresa contará con una superficie de 2 hectáreas para el desempeño de las actividades indicadas, contando a su alrededor con terreno suficiente para una posible expansión del Camposanto.

#### **4.3.1.6. Clima.**

En esta ciudad existe una variedad de climas, esto se debe a la exuberancia de bosques que hay en la selva amazónica, la temperatura oscila desde los 15 grados hasta los 38 grados centígrados, lo cual indica que estamos en un clima Tropical húmedo, y bastante caluroso.

#### **4.3.1.7. Descripción Geográfica.**

La mayor parte de esta región es una llanura selvática, de exuberante vegetación y fauna. Entre estas elevaciones solo se destaca el Reventador (3.562. m)

#### **4.3.1.8. Vías de Comunicación.**

La ciudad de Nueva Loja, cuenta con vías de comunicación aérea y terrestre, en cuanto a las vías de comunicación que se utilizarán para el

proyecto será el terrestre, debido a que las vías en mención son de fácil acceso y la cual facilitará el traslado de la población.

#### **4.3.1.9. Servicios Básicos.**

El Campo Santo privado, tendrá las posibilidades de contar de manera eficiente para desempeñar sus funciones de trabajo con los servicios básicos, tomando en cuenta que debido a la ubicación del terreno donde se construirá la empresa no cuenta con la instalación de los servicios básicos, para ello es indispensable realizar el trámite respectivo para instalar los servicios que se detallan:

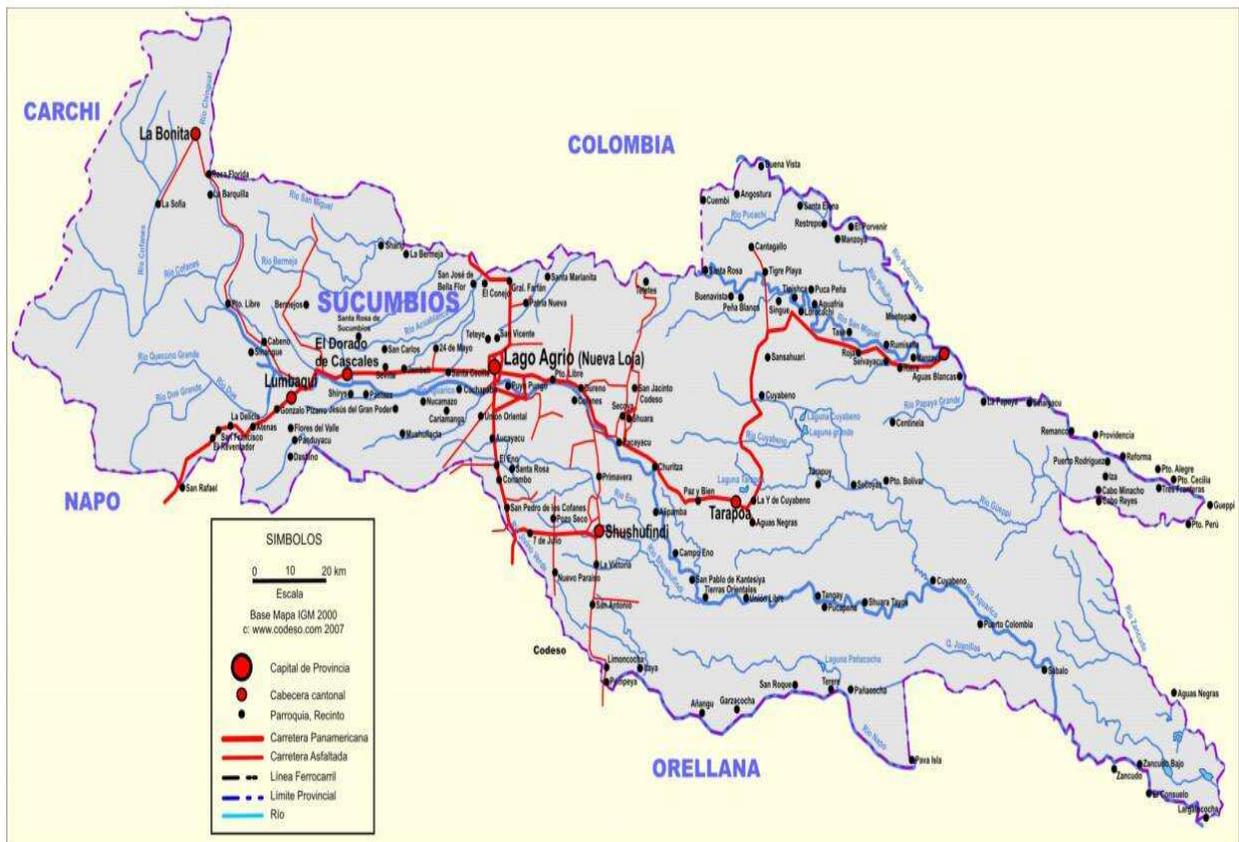
- **Energía eléctrica**, tanto para el área de servicio como para el área de ventas y administración, además que será esencial para el alumbrado general del Campo Santo.
- **Agua**, por ser un área que no tiene alcantarillado y no dispone de agua potable, se requiere la construcción de un pozo séptico para del desagüe de las aguas servidas, como también la construcción de una cisterna para almacenamiento de agua limpia.
- **Teléfono**, este servicio es muy importante para la comunicación, es por ello que no se debe prescindir de este servicio básico, contaremos con una línea convencional, y se contará con dos líneas celulares: Porta y Movistar.

#### **4.3.1.10. Mapa De Macro Localización Del Estudio.**

A continuación en la figura N° 6 se presenta el mapa de la Provincia de Sucumbíos.

FIGURA Nº 6

## MAPA DE SUCUMBIOS



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: MAYRA HARO.

### Límites:

**Norte:** Colombia.

**Sur:** Shushufidi.

**Este:** Dorado de Cascales.

**Oeste:** Cuyabeno.

### 4.3.2. MICROLOCALIZACIÓN.

En el Cuadro Nº 26 vemos que dentro de la microlocalización se analizarán los siguientes puntos:

#### 4.3.2.1 Matriz de Localización.

CUADRO N° 26  
MATRIZ DE LOCALIZACIÓN.

FACTORES RELEVANTES	PONDERACIÓN	OPCION 1	OPCION 2	OPCION 3
		VIA. QUITO	VIA. COLOMBIA	VIA AGUA RICO
Proximidad al mercado.	20%	10	8	6
Vías de acceso y transporte	20%	10	9	8
Seguridad de la Zona.	10%	9	8	7
Proximidad y disponibilidad de materias primas.	10%	9	10	8
Servicios básicos.	15%	10	9	8
Área disponible para futuras ampliaciones.	15%	10	10	9
Condiciones topográficas.	10%	10	9	8
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>9.71</b>	<b>9</b>	<b>7.71</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: MAYRA HARO.

Del análisis efectuado a los factores señalados se ha tomado la decisión que la micro-localización optima para instalar el Camposanto será en la ciudad de Nueva Loja, Vía Quito Km. 2 ½ margen derecho de la vía Lago Agrio – Quito, que no cuenta con los servicios básicos que prestará el Campo Santo, por lo tanto deberá ser implementados.

##### 4.3.2.1.1 Proximidad al Mercado.

Como se puede apreciar en el mapa de la microlocalización, el mismo que se presenta en la Gráfica N° 2, obtenemos que la localización del Campo

Santo se encuentra cercana a la población, por ello, existe una proximidad óptima del mercado.

#### *4.3.2.1.2 Vías de Acceso y Transporte.*

La ciudad de Nueva Loja cuenta con un adecuado nivel de viabilización y transporte hacia los diferentes barrios y sectores de la ciudad, por ello, existen dos líneas de transporte que tienen acceso al nuevo Campo Santo.

#### *4.3.2.1.3 Seguridad de la Zona.*

Está ubicado en una zona cercana a la ciudad, no se encuentra rodeado de un sector poblado, por ello, el nuevo Campo Santo implementará un sistema de seguridad eficiente de control.

#### *4.3.2.1.4. Proximidad y Disponibilidad de Materias Primas.*

La ciudad de Nueva Loja por encontrarse en una región maderera, cuenta con varios sitios donde podemos adquirir cofres de madera para los diferentes servicios de inhumación, como ataúdes para diferentes servicios exequiales.

#### *4.3.2.1.5. Servicios Básicos.*

El sector donde se localiza el nuevo campo santo, cuenta con los servicios básicos necesarios para la implementación del mismo.

#### *4.3.2.1.6. Área disponible para futuras ampliaciones.*

El terreno con el que se dispone para la implantación del nuevo Campo Santo cuenta con un área de 5 hectáreas de terreno, como se puede apreciar en el ítem 4.3.1 de la capacidad instalada, la misma que refleja el uso de dos hectáreas de terreno, por ende, existe una disponibilidad de ampliación de 3 hectáreas de terreno para ampliaciones futuras.

#### 4.3.2.1.7. Condiciones topográficas.

El Terreno es un suelo seco y por no contar con ríos, lagunas u otro tipo de corriente de agua es apropiado para realizar las tumbas en tierra, evitando de esta manera un impacto ambiental con la contaminación en el agua.

#### 4.3.2.2. Mapa de la Microlocalización.

A continuación en la Figura N° 7 se muestra el lugar donde se ubicará el futuro Campo Santo “El Recuerdo”.

FIGURA N° 7

#### MAPA DE LA MICROLOCALIZACIÓN.



**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

### **4.3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO.**

Como Ingeniería del proyecto se conoce, al estudio técnico de los procesos que son necesarios para prestar los servicios de inhumación y exequiales, fundamentalmente se trata de dimensionar a ciencia cierta que materiales intervienen en el proceso de los servicios, 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 del Campo Santo y finalmente la incidencia que los servicios van a tener en el proceso de administración y ventas, en base a las políticas diseñadas en la parte del estudio de mercado que corresponde a comercialización.

El objetivo de la ingeniería del proyecto es comprobar la viabilidad técnica del proyecto, permitiendo una evaluación técnica y económica, que proporcione los fundamentos técnicos sobre los cuales se diseñará y ejecutará el proyecto.

#### **4.3.3.1 Identificación y Selección de Procesos.**

La organización del nuevo Campo Santo, en el desenvolvimiento de sus actividades debe priorizar aquellas que generan valor, estas actividades se agrupan para conformar la estructura denominada Cadena de Valor. En ella se eslabonan los procesos de manera que se interrelacionan para lograr resultados complementarios a través del enlace de sus entradas y salidas.

A continuación en el Gráfico N° 16 se va a detallar el proceso del servicio del Campo Santo utilizando la cadena de valor.

GRÁFICO Nº 16



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: MAYRA HARO.

#### 4.3.3.1.1. Actividades Primarias.

- **Admisión.-** Esta actividad consiste en la adquisición de clientes para el servicio de inhumación y/o exequial, en base a la firma de un contrato, que manifieste todas las actividades que se desarrollaran y los costos que incluyen en el mismo.
- **Gestión De Servicios.-** Esta Actividad empieza desde la revisión de los documentos para la inhumación como son el permiso de sepultura y el informe estadístico (**ANEXO No.4**) hasta la recepción y preparación del cadáver o restos para la realización del servicio requerido en el contrato.
- **Promoción Y Publicidad.-** Esta actividad se encarga de la promoción en la eficiencia del servicio, mediante cartas publicitarias, propagandas en radio y televisión. En lo Referente a la promoción se efectuará una campaña con los familiares de nuestros clientes, en

base a un incremento a una hora mas en el servicio de cafetería en cualquier tipo de servicio que adquieran.

- **Servicio Post-Venta.-** Esta actividad comprende el seguimiento de los familiares del cliente, en relación a las necesidades y requerimientos, sean estos de mantenimiento de los nichos o tumbas como celebración de las misas posteriores a la prestación de los servicios exequiales.

#### 4.3.3.1.2. *Actividades de Apoyo.*

- **Gestión Recursos Humanos.-** Esta actividad comprende el manejo y cumplimiento de todas las actividades que incurren en los servicios de inhumación y/o exequiales por parte de los trabajadores.
- **Gestión Administrativa-Financiera.-** Esta actividad es la encargada de velar por el cumplimiento de todas las actividades a desarrollar, estipuladas en el contrato, controladas por al administrador del campo santo, como también es la encargada de controlar la rentabilidad y el manejo financiero de todas las actividades que involucra los diferentes servicios prestados en el campo santo.
- **Infraestructura.-** Esta actividad es la encargada de realizar el mantenimiento de todas las instalaciones con las que cuenta el nuevo campo santo.

#### 4.3.3.1.3. *Servicio de Inhumación.*

Aquí se detalla los procesos de los servicios que ofrece el Campo Santo, existen tres servicios de inhumación con los que cuenta el Campo Santo, estos son: nichos para restos, nichos para cuerpos y tumbas en el jardín.

A continuación detalle de los procesos de los servicios de inhumación:

- **Inhumación en los nichos para cuerpos.-**
  - a) Acudir al lugar donde se encuentra el cadáver en auto corraza.

- b) Receptar el cadáver.
- c) Preparar el cadáver.
- d) Poner el cadáver en el féretro elegido.
- e) Llevar el féretro al lugar de entierro designado (nichos para cuerpos).
- f) Inspeccionar la calidad del servicio.
- g) Cantos fúnebres.
- h) Colocar el féretro en el columbario de nichos para cuerpos.
- i) Colocar la placa de mármol con la respectiva leyenda y nombre del fallecido.
- j) Cerrar el nicho.

- **Inhumación en los nichos para restos.-**

- a) Acudir al lugar donde se encuentra los restos en auto corraza.
- b) Receptar los restos.
- c) Poner los restos en el féretro elegido.
- d) Llevar el féretro al lugar de entierro designado (nichos para restos).
- e) Inspeccionar la calidad del servicio.
- f) Cantos fúnebres.
- g) Colocar el féretro en el columbario de nichos para restos.
- h) Colocar la placa de mármol con la respectiva leyenda y nombre del fallecido.
- i) Cerrar el nicho.

- **Inhumación en las tumbas en el jardín.-**

- a) Acudir al lugar donde se encuentra el cadáver en auto corraza.
- b) Receptar el cadáver.
- c) Preparar el cadáver.
- d) Poner el cadáver en el féretro elegido.
- e) Llevar el féretro al lugar de entierro designado (tumbas en el jardín).
- f) Inspeccionar la calidad del servicio.
- g) Cantos fúnebres.
- h) Colocar el féretro en la tumba.
- i) Colocar la placa de mármol con la respectiva leyenda y nombre del fallecido.

j) Cerrar la tumba.

#### 4.3.3.1.4. *Servicios Exequiales.*

Existen tres servicios exequiales que brinda el Campo Santo, estos son: servicio exequial básico, servicio exequial especial y servicio exequial premium

A continuación detalle de los procesos de los servicios exequiales:

- **Servicio Exequial Básico.-**
  - a) Acudir al lugar donde se encuentra el cadáver en auto corraza.
  - b) Adecuar la sala de velación.
  - c) Coordinar el servicio exequial básico
  - d) Transportar el féretro hacia sala de velación.
  - e) Inspeccionar la calidad del servicio.
  - f) Velar el cuerpo (por 24 horas tiempo de este servicio)
  - g) Celebrar la ceremonia religiosa.
  - h) Servicio de cafetería (por 6 horas tiempo de este servicio).
  - i) Trasladar el féretro a su destino final en auto corraza.
- **Servicio Exequial Especial.-**
  - a) Acudir al lugar donde se encuentra el cadáver en auto corraza.
  - b) Adecuar la sala de velación.
  - c) Coordinar el servicio exequial especial.
  - d) Transportar el féretro hacia sala de velación.
  - e) Inspeccionar la calidad del servicio.
  - f) Velar el cuerpo (por 36 horas tiempo de este servicio)
  - g) Celebrar la ceremonia religiosa.
  - h) Servicio de cafetería (por 10 horas tiempo de este servicio).
  - i) Trasladar el féretro a su destino final en auto corraza.
- **Servicio Exequial Premium.-**
  - a) Acudir al lugar donde se encuentra el cadáver en auto corraza.
  - b) Adecuar la sala de velación.
  - c) Coordinar el servicio exequial premium.
  - d) Transportar el féretro hacia sala de velación.

- e) Inspeccionar la calidad del servicio.
- f) Velar el cuerpo (por 48 horas tiempo de este servicio)
- g) Celebrar la ceremonia religiosa.
- h) Servicio de cafetería (por 15 horas tiempo de este servicio).
- i) Trasladar el féretro a su destino final en auto corraza.
- j) Celebrar la ceremonia religiosa dentro del primer mes.

Los diagramas de flujos de los procesos de servicios de inhumación y exequiales se encuentran en **(ANEXO No. 5)**

#### 4.3.3.2. Listado de Equipos.

A Continuación se detallan todos los insumos, muebles, materiales, herramientas y equipos que se necesitan para el funcionamiento del Campo Santo.

##### 4.3.3.2.1. Terreno.

La empresa cuenta con 50,000.00 m<sup>2</sup> de terreno, ubicados en la ciudad de Nueva Loja, Vía Quito Km. 2 ½ margen derecho de la vía Lago Agrio – Quito, la hectárea de terreno, es ofertado a US. 4.000 dólares, el terreno cuenta con el servicio básico de luz, pero carece de los servicios básicos de agua y teléfono.

CUADRO N° 27

#### REQUERIMIENTO DEL TERRENO

DETALLE	HECTÁREAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno 200m X 250	5	15.000,00	75.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>75.000,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

#### 4.3.3.2.2. Construcción y Adecuación de Edificio.

Este rubro comprende el costo del edificio, oficinas administrativas y ventas y otras construcciones directamente relacionadas con el proyecto (sala de velación, columbarios, sepulcros, funeraria) adicional se incluyen obras complementarias como vías internas, parqueadero y otras similares, todo esto se lo realiza bajo las Normas de Arquitectura y Urbanismo.

CUADRO Nº 28

#### REQUERIMIENTO PARA LA CONSTRUCCION Y ADECUACION EDIFICIO.

DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cerramiento (695 m x 3m)	M2	2.085,00	7,95	16.575,75
Parqueo – pavimento	M2	1.000,00	11,56	11.560,00
Camino peatonal (800m x 2,5m)	M2	2.000,00	11,56	23.120,00
Zona administrativa (mixta de hormigón con cerámica (10m x 12 m)	M2	122,00	100,00	12.200,00
Salas de Velación, cafetería, capilla, baños.	M2	761,00	100,00	76.100,00
Tanatopraxia.(8mx9m)	M2	72,00	100,00	7.200,00
Florería y Guardianía	M2	153,00	100,00	15.300,00
Nichos para Cuerpos	M2	3.690,00	15,00	55.350,00
Nichos para Restos	M2	224,00	15,00	3.360,00
Nivelación del terreno, Tumbas en el Jardín.(2306x0.05cm)	M3	115,30	67,00	7.725,10
<b>TOTAL</b>				<b>228.490,85</b>

**Fuente:** Cotización con el Ing. Enrique Guerrero.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

#### 4.3.3.2.3. 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 desde el lugar de recepción del cadáver hacia el cementerio.

CUADRO N° 29

## REQUERIMIENTO DE VEHICULO

DETALLE	MARCA	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Carroza Triblazer 4x4 TA	Chevrolet	1	30.000.00
<b>TOTAL</b>			<b>30.000,00</b>

**Fuente:** Automotores Autolandia.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

4.3.3.2.4. *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° 30

## REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA.</b>			
Escritorios	4	200	800
Sillón Ejecutivo	1	180	180
Mueble auxiliar computadora	1	70	70
Sillas de visitas	10	70	700
Sillas giratorias.	4	50	200
Estanterías	4	120	480
Archivadores	4	50	200
Mesa de reunión	1	500	500
Basureros	5	3	15
Mesas	2	80	160
Kit de limpieza	2	3,13	6,26
<b>ÁREA DE SERVICIOS.</b>			
Muebles completos para velación	2	1000	2000
Sillas para salas de velación	140	30	4200
Carpas	2	45	90
Butacas para capilla.	10	55	550
Mesas	5	80	400
Basureros	5	3	15
<b>TOTAL</b>			<b>10566,26</b>

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

4.3.3.2.5. *Equipos Y Maquinaria.*

Este rubro es uno de los más importantes para el proyecto, es por ello que se realiza una descripción y clasificación de equipos y maquinaria, tomando en cuenta su costo de adquisición, más los gastos de transporte y otros gastos adicionales hasta ponerlos en la planta de la empresa.

CUADRO Nº 31

**REQUERIMIENTO DE EQUIPOS Y MAQUINARIA**

<b>EQUIPOS Y MAQUINARIA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA.</b>			
Computadora (Clon)	4	500	2000
Impresora	2	60	120
Teléfono / Fax	2	120	240
Teléfono.	4	30	120
Sumadora	4	30	120
Aspiradora	1	56	56
Regulador de voltaje	2	15,12	30,24
Corta picos	2	3,5	7
<b>ÁREA DE SERVICIOS.</b>			
<b>SERVICIOS EXEQUIALES</b>			
Equipos de Amplificación.	1	750	750
Micrófonos.	2	35	70
Maquina de Formalización.	1	300	300
Aire acondicionado	4	400	1600
Cafeteras	2	50	100
Aguateros	3	60	180
Microondas	1	100	100
platos y tazas	80	2	160
Charol	4	10	40
Vasos	80	1	80
Cucharas	80	0,5	40
Menaje de Cocina	5	10	50
<b>SERVICIOS DE INHUMACION</b>			
Palas	3	25	75
Carretillas	2	30	60
Barras	2	15	30
Picos	2	15	30
Polea para bajar ataúd	2	250	500
Tijeras de Jardinería	2	15	30
Rastrillos	2	10	20

Cortadora de césped carro 3.7 HP	1	225	225
Línea de Tanatopraxia	1	500	500
Línea de Tanatoestética	1	250	250
Overoles	5	15	75
Botas de Caucho	5	6	30
Galones de formol	30	2,5	75
<b>EQUIPOS VARIOS</b>			
Equipo para defensa	1	100	100
Chalecos Antibalas	1	45	45
Cintos para guardia	1	8	8
Guantes jardineros	2	1	2
<b>TOTAL</b>			<b>8.218,24</b>

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

#### 4.3.3.2.6. Útiles de oficina.

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

**CUADRO N° 32**  
**REQUERIMIENTO DE ÚTILES DE OFICINA**

ÚTILES DE OFICINA	CAN TIDA D	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Resmas de papel bond 500 hojas	1	2,8	2,8	33,6
Esferos	5	0,15	0,75	9
Sobres manila oficio	10	0,25	2,5	30
Sobres blancos	10	0,25	2,5	30
Papel Fax	1	2,9	2,9	34,8
Papel sumadora	1	0,25	0,25	3
Almohadilla Sellos korex	3	0,45	1,35	16,2
Moja dedos	3	1,25	3,75	45
Sellos	3	2,46	7,38	88,56
Porta sellos	3	3,23	9,69	116,28
Liquid paper	1	1,18	1,18	14,16
Type	1	0,25	0,25	3
Cinta embalaje	1	0,36	0,36	4,32
Engrapadora	1	4,12	4,12	49,44

Grapas (caja)	1	0,64	0,64	7,68
Perforadora	1	4,12	4,12	49,44
Dispenser Type	1	3,67	3,67	44,04
Clips estándar (caja)	1	0,12	0,12	1,44
Saca grapas	1	1,27	1,27	15,24
Apreta papel (caja)	1	0,75	0,75	9
Multipeg (fundas)	1	0,38	0,38	4,56
Archivador oficio	5	1,87	9,35	112,2
Archivador oficio grande	5	2,14	10,7	128,4
Carpetas	5	0,47	2,35	28,2
Fólder colgante	2	0,14	0,28	3,36
Borradores	2	0,15	0,3	3,6
Goma	3	0,26	0,78	9,36
Factureros	1	15	15	180
Fundas de Basura (paquetes)	7	1,25	8,75	105
<b>TOTAL</b>		<b>54,13</b>	<b>98,24</b>	<b>1178,88</b>

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

#### 4.3.3.2.7. Servicios.

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

**CUADRO N° 33**  
**REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS**

DETALLE	UNIDAD	PRECIO	MENSUAL	TOTAL ANUAL
Pago de energía eléctrica	100Kw/h	0.10	97.90	1.174.80
Agua m3	150m3	0.25	75.00	900.00
Teléfono Comercial (Base)		15.00	15.00	180.00
Internet			40	480
<b>TOTAL</b>			<b>227.90</b>	<b>2.734,80</b>

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

4.3.3.2.8. *Mano de obra.*

En lo referente a mano de obra en el cuadro siguiente se puede ver a todo el personal necesario e indispensable para el buen funcionamiento de la empresa:

CUADRO N° 34

**REQUERIMIENTO DEL PERSONAL.**

PERSONAL OPERATIVO						
DENOMINACION	GUARDIA	CONDUCTOR/ SEPULTURERO	COCINERA	TANOPRACTOR	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
SueldoUnificado	250,00	200,00	200,00	200,00	850,00	10.200,00
Décimo Tercero	20,83	16,67	16,67	16,67	70,83	850,00
Décimo Cuarto	16,67	16,67	16,67	16,67	66,67	800,00
Vacaciones	10,42	8,33	8,33	8,33	35,42	425,00
Aporte Patronal	30,38	24,30	24,30	24,30	103,28	1.239,30
<b>TOTAL</b>	<b>328,29</b>	<b>265,97</b>	<b>265,97</b>	<b>265,97</b>	<b>1.126,19</b>	<b>13.514,30</b>
PERSONAL ADMINISTRATIVO						
DENOMINACION	GERENTE	SECRETARIA /RECEPCIONISTA		TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL	
SueldoUnificado	400,00	300,00		700,00	8.400,00	
Décimo Tercero	33,33	25,00		58,33	700,00	
Décimo Cuarto	16,67	16,67		33,33	400,00	
Vacaciones	16,67	12,50		29,17	350,00	
Aporte Patronal	48,60	36,45		85,05	1.020,60	
<b>TOTAL</b>	<b>515,27</b>	<b>390,62</b>		<b>905,88</b>	<b>10.870,60</b>	

**Fuente:** Investigación de Campo.

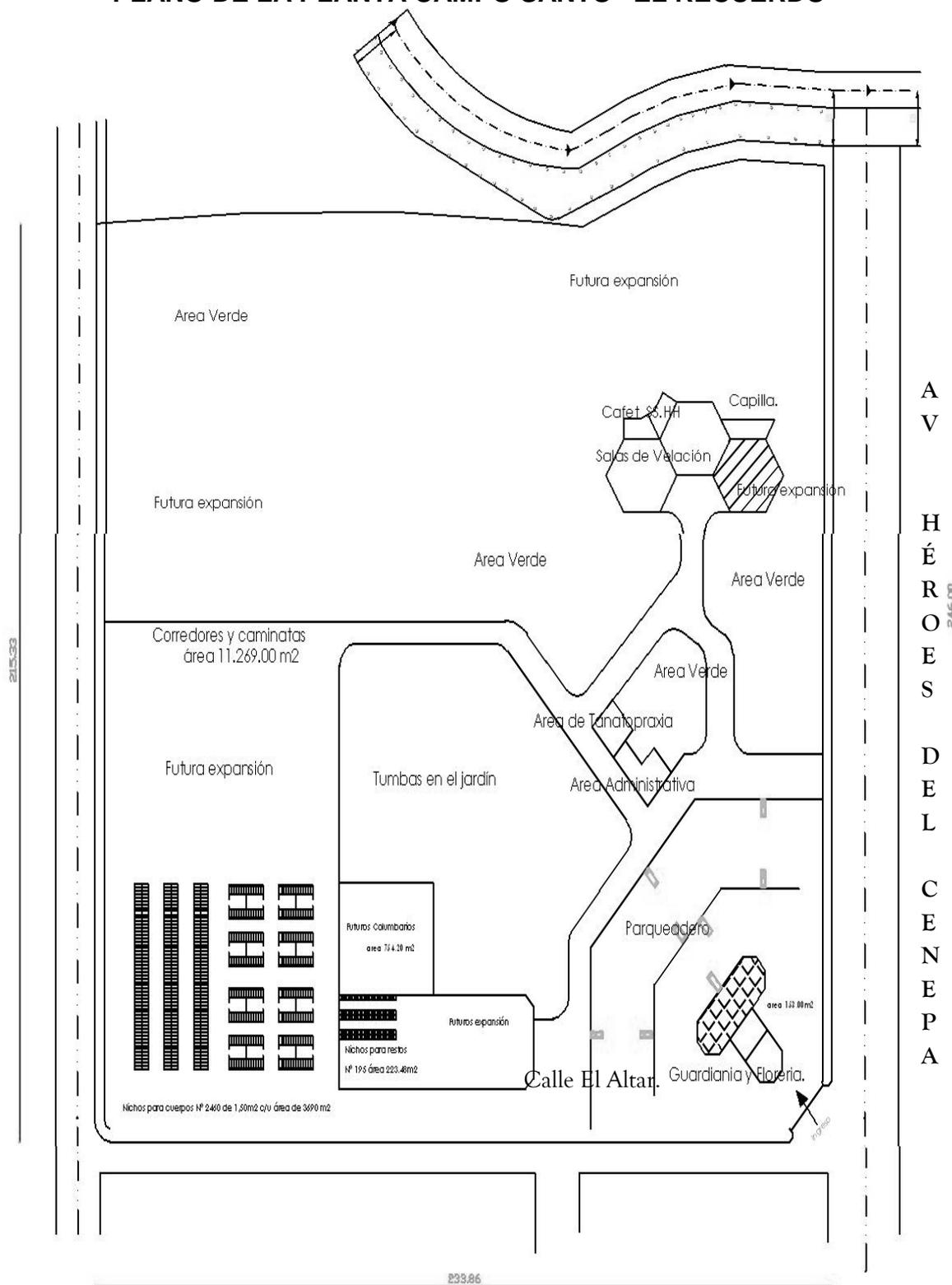
**Elaboración:** MAYRA HARO.

4.3.3.3. **Distribución Espacial.**

Se procedió a realizar los planos respectivos de las distintas unidades de operación, movilización y administración, que se ocupa para la distribución espacial del Campo Santo, el mismo que se puede observar en la Figura N° 8.

FIGURA Nº 8

PLANO DE LA PLANTA CAMPO SANTO "EL RECUERDO"



PLANTA CAMPO SANTO EL RECUERDO

Fuente: Investigación Directa.

AREA TOTAL 5 HECTAREAS

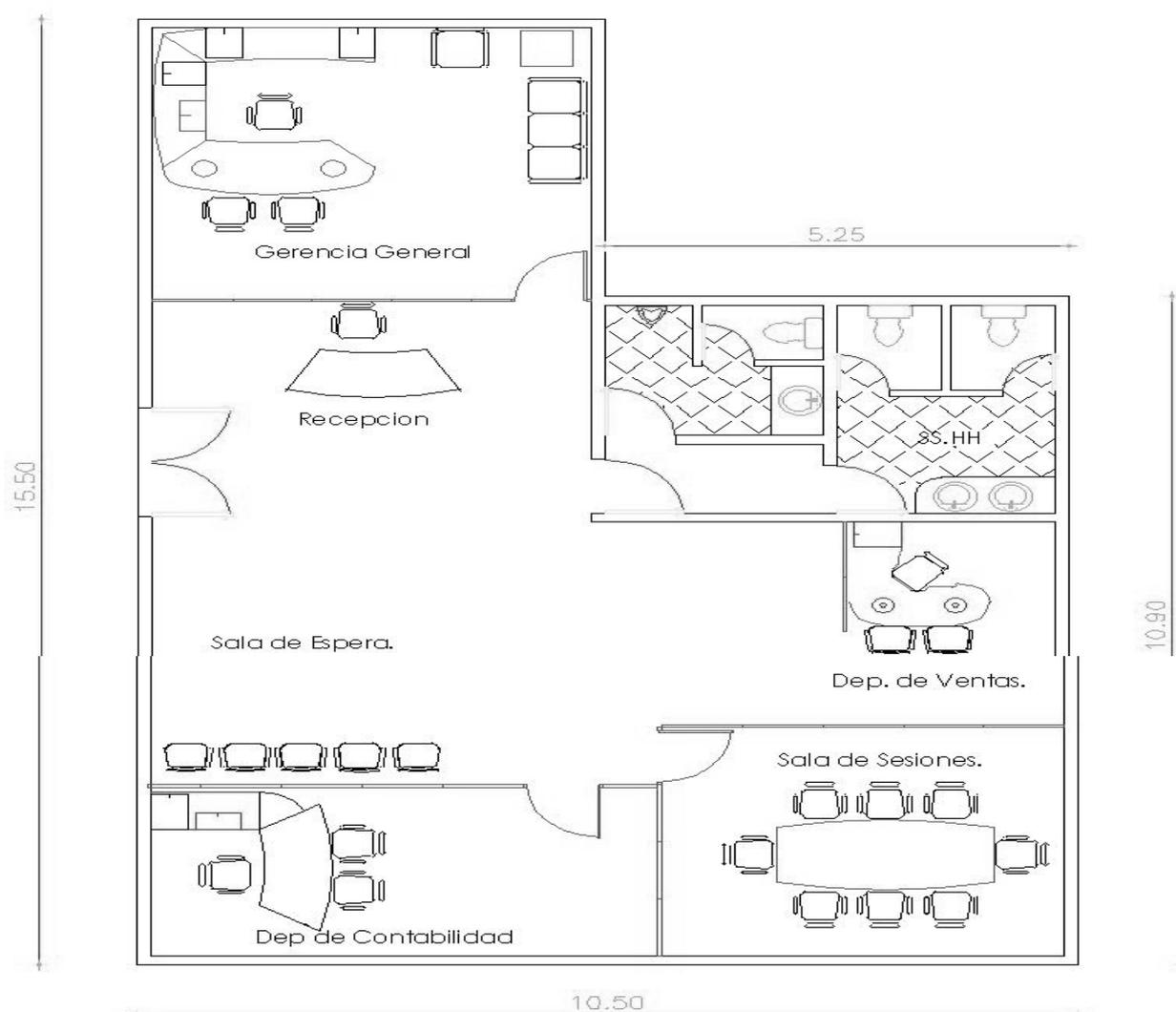
Elaboración: Arq. Enrique Guerrero.

#### 4.3.3.4. Distribución Interna.

De la misma manera se procede a realizar con la ayuda del programa AUTOCAD la adecuada distribución que debe tener la planta administrativa y la planta de tanatopraxia que se la observa en la Figura N° 9 y 10.

FIGURA N° 9

#### PLANO DE LA PLANTA ADMINISTRATIVA.



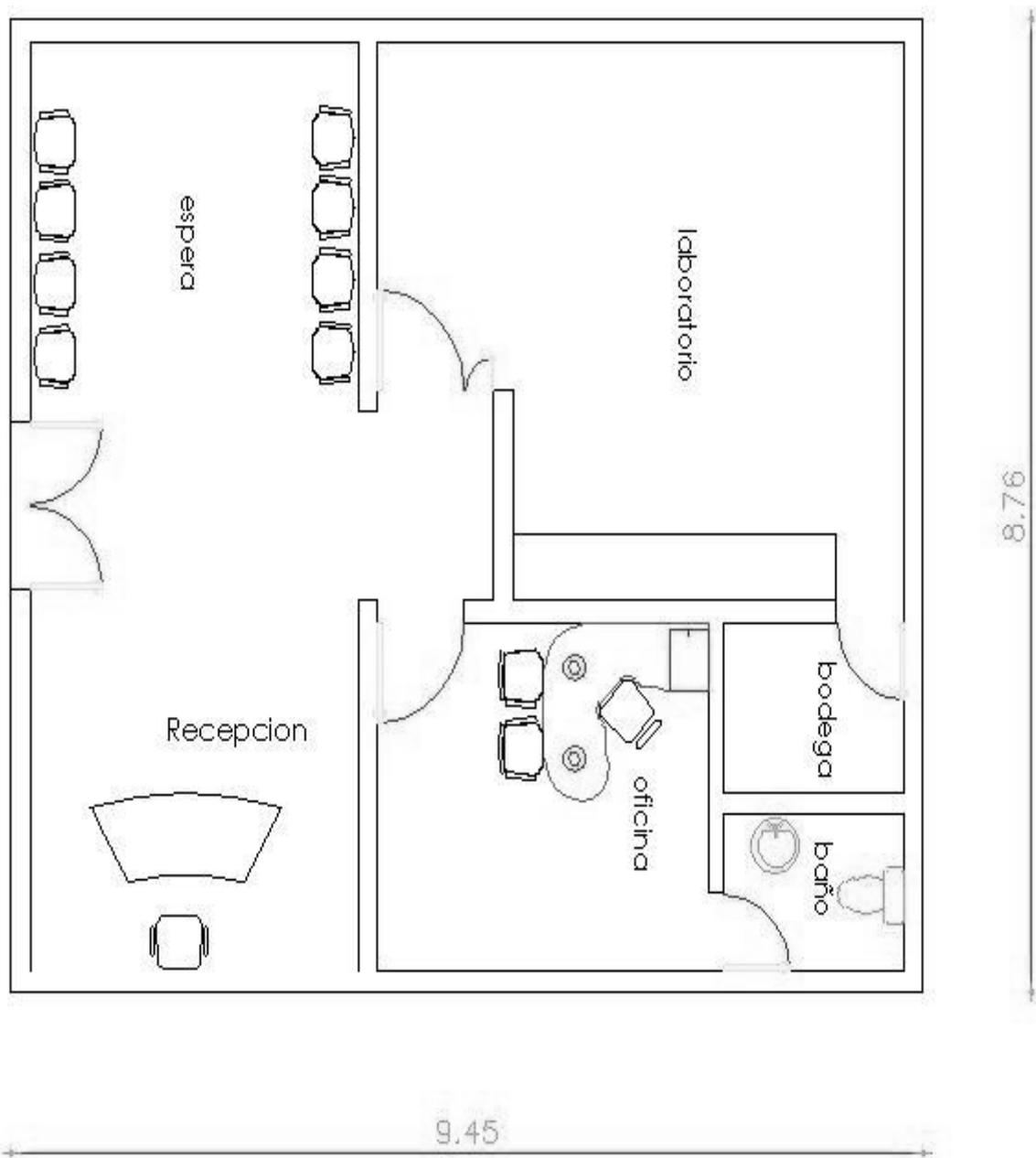
#### PLANTA ADMINISTRACION

**Fuente:** Investigación Directa. ESCALA. --- 1:100

**Elaboración:** Arq. Enrique Guerrero.

FIGURA Nº 10

## PLANO DE LA PLANTA DE TANATOPRAXIA.



## PLANTA DE TANATOPRAXIA

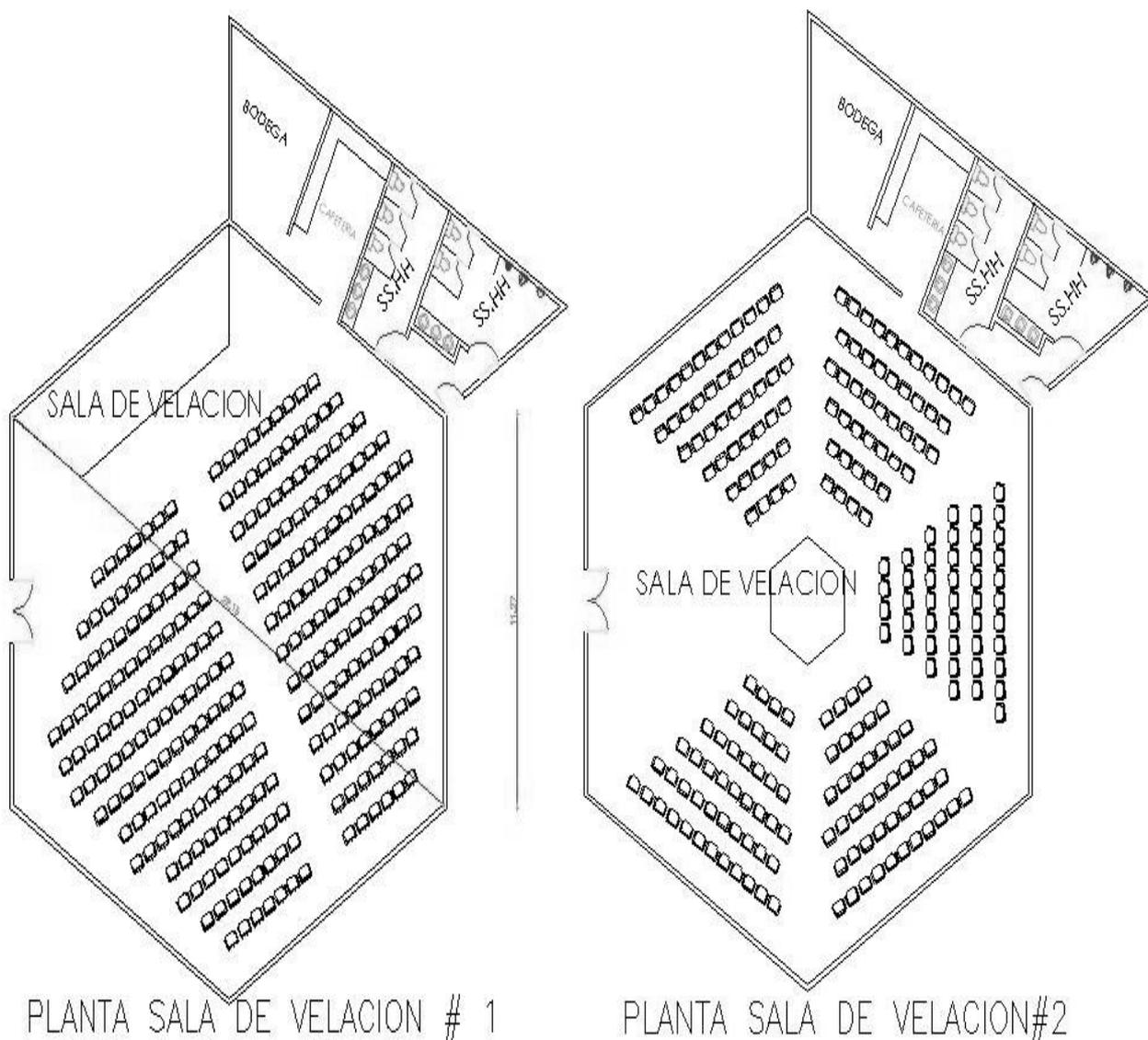
ESCALA. --- 1:100

**Fuente:** Investigación Directa.**Elaboración:** Arq. Enrique Guerrero.

A continuación en la Figura N° 11 se muestra los planos para los servicios exequiales:

FIGURA N° 11

**PLANO DE LA PLANTA DE LAS SALAS DE VELACIÓN.**



**Fuente:** Investigación Directa.  
**Elaboración:** Arq. Enrique Guerrero.

A continuación en la Figura N° 12 se muestra los planos para los servicios de inhumación.

FIGURA N° 12



## CAPITULO V

### ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.

En el presente estudio se presenta la propuesta organizacional desarrollada para el proyecto de factibilidad de la creación de un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja.

#### 5.1. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

Dentro de la organización de la empresa se analizará los siguientes aspectos:

##### 5.1.1. RAZÓN SOCIAL.

Para efectos del presente proyecto la razón social de la empresa se denominará "CAMPO SANTO EL RECUERDO CIA LTDA." Que la observamos en la Figura N° 13.

FIGURA N° 13



**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboración:** Mayra Haro.

## **5.1.2. VALORES Y PRINCIPIOS.**

### **5.1.2.1 Valores.**

#### **Responsabilidad y Confiabilidad.**

- Responde confiadamente a sus funciones delegadas.
- puntuales en el cumplimiento de su trabajo
- Hay compromiso en las metas establecidas.
- Desarrolla su capacidad para aceptar mayores responsabilidades.

#### **Integridad Personal.**

- Reconoce y acepta errores.
- Respeta la propiedad de los demás y los activos de la compañía.
- Habla con la verdad.

#### **Respeto a los Demás.**

- Respetan a los compañeros de trabajo, colaboradores y clientes.
- Se reconocen lo logros obtenidos por otros compañeros.
- Muestra empatía en su relación con los demás.

#### **Mejora Continua.**

- Nuestro desafío es ser una organización ágil, eficiente y flexible.
- Aprende permanentemente para mejorar su desempeño.
- Nuestro éxito se fundamenta en la calidad, servicio y competitividad.

#### **Comunicación**

- Escucha y esta abierto a la veredicto de los demás.
- Manejo en forma adecuado, la información confidencial de la empresa.
- Dice lo que tiene que decir en forma clara, breve y oportuna.

### **5.1.2.2 Principios.**

#### **Honestidad.**

- Sembrar en todos los miembros de la organización del Campo Santo que cumplan a cabalidad con este principio siendo sinceros, y hablando con la verdad siempre que exista algún problema dentro de la empresa.

#### **Talento humano.**

- Regir a todas las partes a la excelencia en un ambiente de motivación con una capacitación constante para que demuestran sus virtudes innatas en todo momento como es la amistad, servicio y cooperación como establecimiento del trabajo en equipo.

#### **Ética profesional.**

- Ser leales y serios con la empresa, estando dispuestos a trabajar con seriedad y honradez.

### **5.1.3. OBJETIVO GENERAL.**

Cambiar e innovar una nueva cultura de administración y desarrollo con políticas definidas para la prestación de servicios de inhumación y exequiales.

#### **5.1.3.1 Objetivos Específicos.**

- Brindar la solución total e integral en el momento del fallecimiento de una persona, dando cobertura en la zona y así evitando el desplazamiento de los deudos a otros sitios.

- Crear una cultura de Previsión, políticas y estrategias en el servicio enfocadas a la parte social.
- Brindar un servicio de calidad a un precio cómodo para nuestros clientes.
- Contratar y capacitar al personal propio de la región.
- Promover respeto y cultura de las tradiciones.

#### **5.1.4. MISIÓN.**

Brindar a la comunidad un servicio de calidad, facilitando una excelente atención y buenos precios, ofreciendo al cliente seguridad, confianza y siendo su satisfacción nuestro principal objetivo. Además crear valor para los accionistas, empleados y contribuir con el progreso de la ciudad.

#### **5.1.5. VISIÓN.**

En el año 2013 “CAMPO SANTO LOS RECUERDOS CIA LTDA. “Será una empresa líder en servicios exequiales, brindando un servicio integral de calidad a precios competitivos a la comunidad, manteniendo con ética y responsabilidad una cultura organizacional orientada al cliente.

### **5.2. 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 principio de la creación de empresas es obtener rédito por la inversión realizada y además cumplir con un fin social.

### **5.2.1. NIVELES DE LA ORGANIZACION 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.

#### **5.2.1.1. Niveles Jerárquicos.**

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

##### **a) Nivel Legislativo.**

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

##### **b) Nivel Ejecutivo.**

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

##### **c) Nivel Asesor.**

Estará conformado por el asesor que en el caso de esta empresa tendrá la calidad de ocasional, este cargo lo ocupará un abogado en libre ejercicio de su profesión.

##### **d) Nivel de Apoyo.**

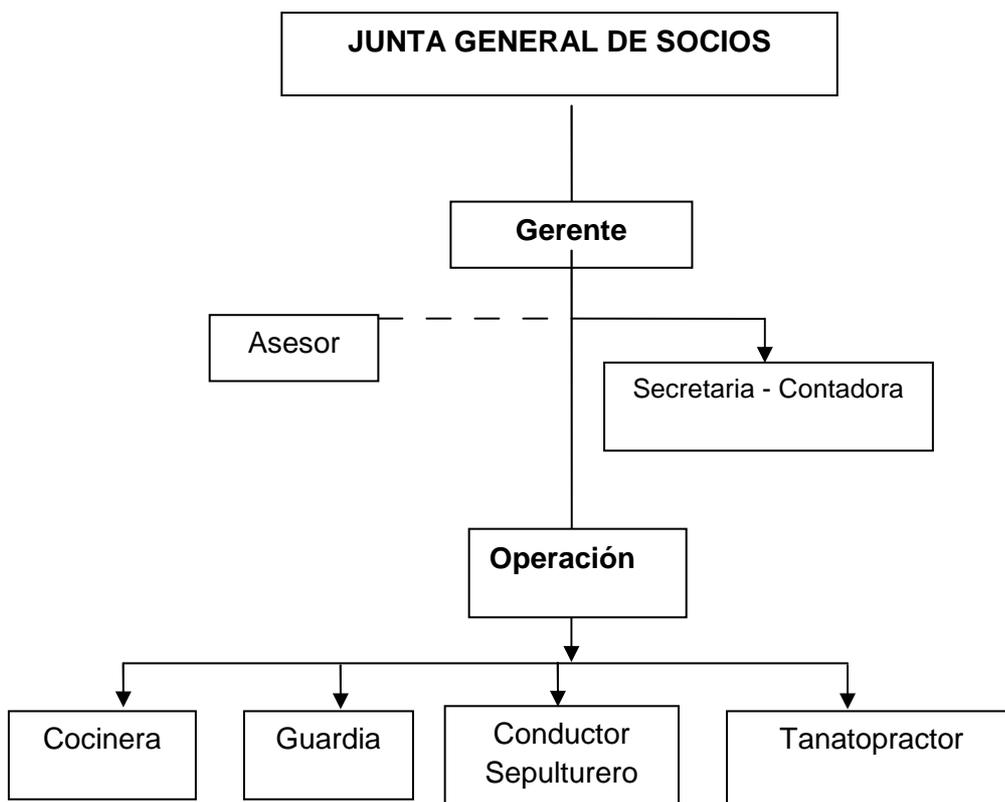
Estará conformado por todos aquellos puestos de trabajo que tengan relación directa con el cumplimiento de las actividades administrativas de la empresa Secretaria- Contadora.

**e) Nivel Operativo.**

En este nivel están ubicados todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con el proceso productivo y las ventas.

**5.2.2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.**

En el siguiente esquema se puede visualizar la estructura administrativa del nuevo Campo Santo.

**GRAFICO Nº 17****ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.**

**Fuente:** Investigación Directa.

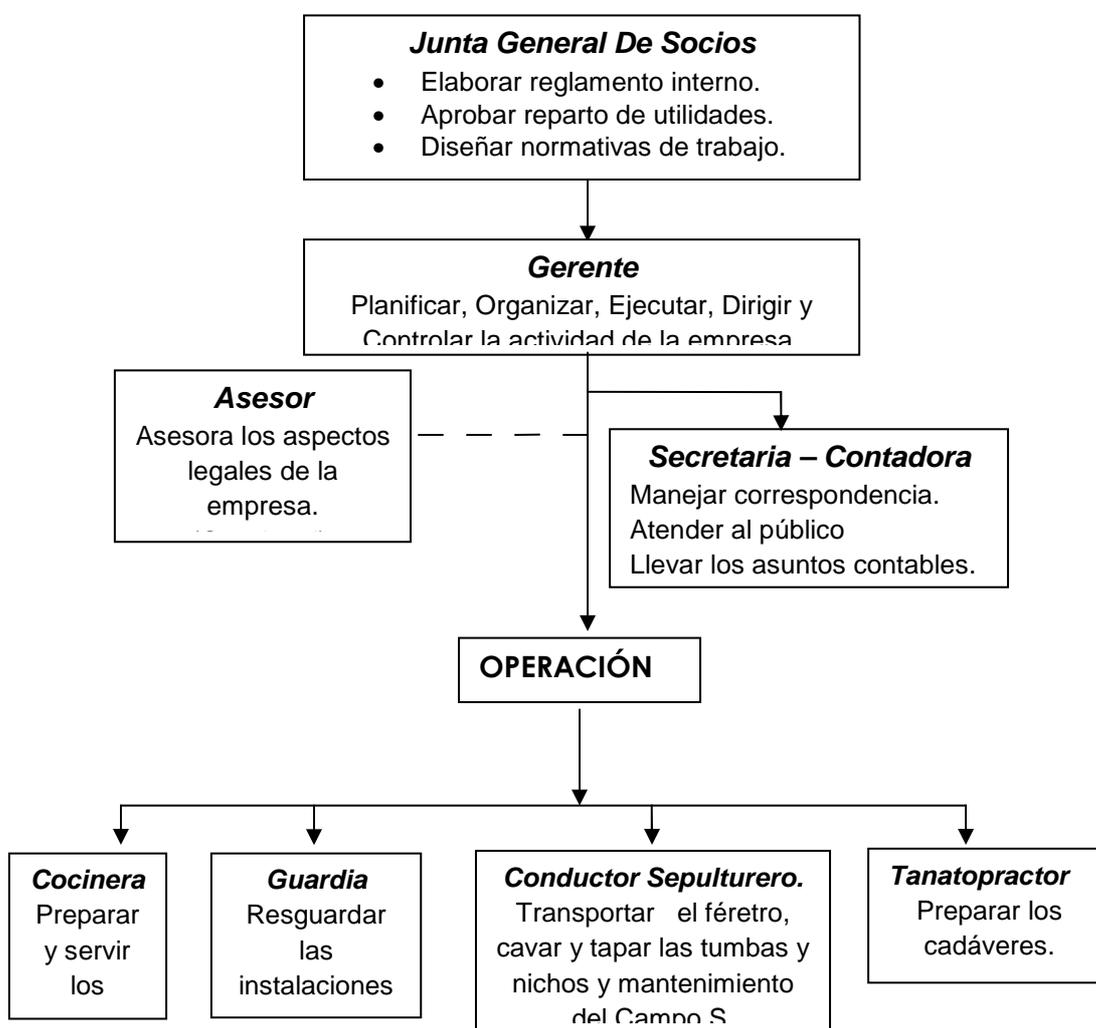
**Elaboración:** MAYRA HARO.

### 5.2.3. ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

Es la representación gráfica de las funciones principales y básicas (**ANEXO No.6**). De los diferentes elementos: Gerente general, Secretaria-Contadora, Agente operativo, vendedor, recepcionista, cocinera, guardia, conductor, sepulturero y tanopractor.

GRAFICO N° 18

#### ORGANIGRAMA FUNCIONAL.



**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

### **5.3. ORGANIZACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.**

#### **5.3.1. ASPECTOS LEGALES.**

##### **5.3.1.1 Selección del tipo de Sociedad.**

Para realizar la selección del tipo de sociedad que tendrá el presente se toma en cuenta la información de la Ley de Sociedades Mercantiles, ya que quienes la constituyen convienen en aportar bienes o servicios para el ejercicio en común de una actividad económica, en cualquiera de las formas reguladas 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 (**ANEXO No.7**).

##### **5.3.1.2 Constitución de la Empresa “Campo Santo El Recuerdo”.**

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.

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 Notaria Pública del cantón Lago Agrio.
- Aprobación de la Superintendencia de Compañías.
- Afiliación a la Cámara de Comercio.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Obtención del Registro único de Contribuyentes.
- Registro y permiso de funcionamiento de la Cámara de la Pequeña Industria.

- Obtención de la Patente Municipal.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos.

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

### **Paso 1: Reserva de Denominación**

“Mediante oficio suscrito por un Abogado se solicita a la Superintendencia de Compañías, la “RESERVA DE DENOMINACION” 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 se deberá legalizar la constitución de la compañía.

### **Paso 2: Escritura de Constitución**

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

- Comparecientes (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 Presidente
- Atribuciones del Gerente General
- Disolución y Liquidación

- Ejercicio Económico
- Actas de Junta General
- Aplicación la Ley
- Jurisdicción

### **Paso 3: Deposito cuenta de Integración de Capital**

Hasta obtener la autorización de la Superintendencia de Compañías los socios deben obtener el CERTIFICADO DE DEPOSITO DE INTEGRACION DE CAPITAL de un Banco local, 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, además de que el Notario que elevó a escritura pública tome nota al margen de la matriz de la escritura el contenido de la resolución. Dispone además que el Registrador Mercantil inscriba la escritura y la resolución.

### **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 de Gerente y Presidente**

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

**Paso 8: Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

En el Formulario RUC 01-B denominado INSCRIPCION Y ACTUALIZACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO, se consigna la información de la compañía y se presenta en el SRI (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS), Institución que emite el CERTIFICADO RUC SOCIEDADES.

Documentos:

- Escritura de constitución de la compañía.
- Nombramiento del representante legal de la empresa.
- Copia de cédula y papeleta de votación.
- Formulario 01-A 01-B
- Una vez hecho el trámite si la empresa se pasa más de 30 días se pagará una multa de 0.50 centavos.

**Paso 9: Trámites de Permiso de Sanidad.**

Para el permiso de funcionamiento (ministerio de Salud Publica) 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 empresa.
- El director de Salud delega un inspector para que realice la inspección en el lugar donde observara que tenga un sitio de parqueadero, buena cisterna, sanitarios adecuados, etc.
- El valor por el permiso es \$250.00 donde se debe pagar cada año.
- Todos los empleados de la empresa deben realizarse exámenes en el hospital o cualquier otro centro de salud de la ciudad.

### **Paso 10: Declaración del Impuesto de Patentes**

En el Municipio de la Ciudad de Nueva Loja 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 de los Nombramientos del Gerente y Presidente inscritos, Copia de la Afiliación a la Cámara de la Producción respectiva y copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Documentos:

- Copia de la cédula del representante legal.
- RUC de la empresa.
- Revisión de la empresa por parte de un delegado del municipio.
- Una vez realizada la inspección, se procede a cancelar 50.00 usd por cada año de funcionamiento.

### **Paso 11: Permiso del Cuerpo de Bomberos.**

Con el pago de una parte de la patente (10%), se 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.

Para obtener este certificado es necesario que posean un extintor y pagar un valor económico que depende del local comercial. El Cuerpo de Bomberos es autónomo y no depende del Ministerio de Bienestar Social o del Municipio de una Ciudad.

### **5.3.2. POLITICAS DE LA EMPRESA.**

A continuación las políticas a considerarse de la empresa:

- 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.
- Prevenir que en las operaciones no tengan ningún impacto negativo sobre el medio ambiente y sobre quienes viven en él.
- 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 venta en el mercado libre.
- Los montos de los salarios serán establecidos por el gerente general.
- Los pagos de salarios a los empleados serán mensuales
- Las ventas se realizarán a crédito y a contado
- Se aceptarán pagos por medio de cheques, tarjetas de crédito o débito y efectivo.

## **CAPITULO VI**

### **ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.**

#### **6.1. ESTUDIO FINANCIERO.**

A continuación se presenta el estudio financiero desarrollado para el proyecto de creación de un Campo Santo, en el mismo se contempla el monto de la inversión que se requerirá para la puesta en marcha del mismo así como su estructura de financiamiento, las proyecciones de los ingresos, gastos, costos, estados de resultados, balances generales y análisis de los indicadores financieros que tendrá el proyecto en los próximos 5 años de su vida económica útil.

##### **6.1.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.**

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

###### **6.1.1.1. Inversiones en Activos Fijos.**

En éste rubro se considera el volumen monetario para la adquisición de bienes tangibles.

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

CUADRO Nº 35

## PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

## (TERRENO)

DETALLE	HECTÁREAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno 200m X 250	5	10.000,00	50.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>50.000,00</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

El costo total del terreno es de **50.000,00 USD**

CUADRO Nº 36

## PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

## (INFRAESTRUCTURA - EDIFICIO)

DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cerramiento (695 m x 3m)	M2	2.085,00	7,95	16.575,75
Parqueo – pavimento	M2	1.000,00	11,56	11.560,00
Camino peatonal (800m x 2,5m)	M2	2.000,00	11,56	23.120,00
Zona administrativa (mixta de hormigón con cerámica (10m x 12 m)	M2	122,00	100,00	12.200,00
Salas de Velación, cafetería, capilla, baños.	M2	761,00	100,00	76.100,00
Tanatopraxia.(8mx9m)	M2	72,00	100,00	7.200,00
Florería y Guardianía	M2	153,00	100,00	15.300,00
Nichos para Cuerpos	M2	3.690,00	15,00	55.350,00
Nichos para Restos	M2	224,00	15,00	3.360,00
Nivelación del terreno, Tumbas en el Jardín.(2306x0.05cm)	M3	115,30	67,00	7.725,10
<b>TOTAL</b>				<b>228.490,85</b>

Fuente: Cotización con el Ing. Enrique Guerrero.

Elaboración: MAYRA HARO.

El costo total de la infraestructura del área administrativa y servicios es de **228.490,85 USD**

CUADRO N° 37

**PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS  
(VEHICULO)**

DETALLE	MARCA	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Carroza Triblazer 4x4 TA	Chevrolet	1	30.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>30.000,00</b>

**Fuente:** Automotores Autolandia.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

El costo total del vehículo es de **30.000,00 USD**

CUADRO N° 38

**PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS  
(EQUIPO DE COMPUTACIÓN)**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora (Clon)	4	500	2000,00
Impresora	2	60	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.120,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

El costo total de los equipos de computación es de **2.120,00 USD**

CUADRO Nº 39

## PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

## (MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LOS SERVICIOS)

SERVICIOS EXEQUIALES			
SERVICIOS DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipos de Amplificación.	1	750	750,00
Micrófonos.	2	35	70,00
Maquina de Formolización.	1	300	300,00
Aire acondicionado	4	400	1600,00
Cafeteras	2	50	100,00
Aguateros	3	60	180,00
Microondas	1	100	100,00
platos y tazas	80	2	160,00
Charol	4	10	40,00
Vasos	80	1	80,00
Cucharas	80	0,5	40,00
Menaje de Cocina	5	10	50,00
SERVICIOS DE INHUMACION			
Palas	3	25	75,00
Carretillas	2	30	60,00
Barras	2	15	30,00
Picos	2	15	30,00
Polea para bajar ataúd	2	250	500,00
Tijeras de Jardinería	2	15	30,00
Rastrillos	2	10	20,00
Cortadora de césped carro 3.7 HP	1	225	225,00
Línea de Tanatopraxia	1	500	500,00
Línea de Tanatoestética	1	250	250,00
Overoles	5	15	75,00
Botas de Caucho	5	6	30,00
galones de formol	30	2,5	75,00
EQUIPOS VARIOS			
Equipo para defensa	1	100	100,00
Chalecos Antibalas	1	45	45,00
Cintos para guardia	1	8	8,00
Guantes jardineros	2	1	2,00
<b>TOTAL</b>			<b>5.525,00</b>

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: MAYRA HARO.

El costo total de los equipos para los servicios es de **5.525,00 USD**

**CUADRO N° 40**  
**PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS**  
**(EQUIPO DE OFICINA)**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono / Fax	2	120	240,00
Teléfono.	4	30	120,00
Sumadora	4	30	120,00
Aspiradora	1	56	56,00
Regulador de voltaje	2	15,12	30,24
Corta picos	2	3,5	7,00
<b>TOTAL</b>			<b>573,24</b>

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

El costo total para los equipos de oficina es de **573,24 USD**

**CUADRO N° 41**  
**PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS**  
**(MUEBLES Y ENSERES)**

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA.</b>			
Escritorios	4	200	800,00
Sillón Ejecutivo	1	180	180,00
Mueble auxiliar computadora	1	70	70,00
Sillas de visitas	10	70	700,00
Sillas giratorias.	4	50	200,00
Estanterías	4	120	480,00
Archivadores	4	50	200,00
Mesa de reunión	1	500	500,00
Basureros	5	3	15,00

Mesas	2	80	160,00
Kit de limpieza	2	3,13	6,26
<b>ÁREA DE SERVICIOS.</b>			
Muebles completos para velación	2	1000	2000,00
Sillas para salas de velación	140	30	4200,00
Carpas	2	45	90,00
Butacas para capilla.	10	55	550,00
Mesas	5	80	400,00
Basureros	5	3	15,00
<b>TOTAL</b>			<b>10.566,26</b>

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaboración:** MAYRA HARO.

El costo total de los muebles y enseres para el área administrativa y de servicios es de **10.566,26 USD**

Como podemos observar en los cuadros anteriores se detallan los costos para las inversiones de cada uno de los activos fijos, sumando así un total de **352.275,35 USD** necesarios para este proyecto.

#### *6.1.1.1.1. Depreciación activos fijos.*

Para calcular la depreciación de los activos fijos lo hacemos mediante el cálculo del método de línea recta tomando en cuenta la vida útil del bien, como es: 20 años para construcción o edificios, 10 años para la maquinaria y equipos, 5 años para el vehículo, 10 años para los muebles y enseres, 10 años para los equipos de oficina y 3 años para los equipos de computación.

En el siguiente cuadro se puede observar el cálculo de la depreciación de los activos fijos.

CUADRO Nº 42

**CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR ACTIVO	% DE DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL	DEPRECIACION
Construcción y adecuación Edificio	162.055,75	5%	20	8.102,79
Vehículo	30.000,00	20%	5	6.000,00
Maquinaria y Equipo	5.525,00	10%	10	552,50
Equipo de Oficina	573,24	10%	10	57,32
Muebles y Enseres	10.566,26	10%	10	1.056,63
Equipo de Computo	2.120,00	33,33%	3	706,60
<b>TOTAL</b>	<b>210.840,25</b>			<b>16.475,83</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

**Nota:** Los nichos y tumbas no se consideran para el cálculo de la depreciación porque son bienes (inventarios) para la venta.

**6.1.1.2. Inversiones En Activos Diferidos**

Comprende los gastos no físicos o intangibles y pre-operativos requeridos para la puesta en marcha del proyecto.

CUADRO Nº 43

**PRESUPUESTO DE ACTIVOS INTANGIBLES**

ACTIVOS INTANGIBLES	
Estudio de Factibilidad y Preoperativos.	2.000,00
Gastos de constitución.	1200,00
Permiso de sanidad.	250,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.450,00</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

El total de activos intangibles para este proyecto es de **3.450,00**

#### 6.1.1.2.1. Amortización activos intangibles.

Para calcular la amortización de los activos intangibles lo realizamos mediante el cálculo del método de línea recta.

CUADRO N° 44

#### AMORTIZACIÓN ACTIVOS INTANGIBLES

ACTIVOS INTANGIBLES	VALOR	TIEMPO DE AMORTIZACIÓN	% DE AMORTIZACIÓN	VALOR DE AMORTIZACIÓN
Estudio de Factibilidad y Preoperativos	2.000,00	10	10%	200,00
Gastos de constitución.	1200,00	10	10%	120,00
Permisos de Sanidad.	250,00	10	10%	25,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.450,00</b>			<b>345,00</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

El monto total de amortización anual es de **345,00 USD.**

#### 6.1.1.3. Capital De Trabajo.

Esta referido a la disponibilidad que debe tener la empresa para atender las necesidades ordinarias de operación.

##### 6.1.1.3.1. Requerimiento de materiales directos.

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

CUADRO N° 45

**REQUERIMIENTO DE MATERIALES DIRECTOS PARA LOS  
SERVICIOS EXEQUIALES.**

CONCEPTO	CANT UNID	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
SALA VELACIÓN Y FUNERARIA	1	100,00	300,00
ARREGLOS FLORALES	1	20,00	
LIMOSINA	1	0	
FERETRO	1	180,00	

Elaboración: MAYRA HARO.

CUADRO N° 46

**REQUERIMIENTO DE MATERIALES DIRECTOS PARA LOS  
SERVICIOS DE INHUMACIÓN.**

SEPULTURAS EN EL JARDIN			
CONCEPTO	CANT UNID	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
LOTE 2,2 X 1 M2 (costo terreno mas costo construcción)	1	10,67	230,67
TITULO DE PROPIEDAD	1	120,00	
LAPIDA	1	100,00	
NICHOS PARA CUERPOS			
CONCEPTO	CANT UNID	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
BOVEDA PERMANENTE (0,75*2,2)	1	25,245	245,25
LAPIDA	1	100,00	
TITULO DE PROPIEDAD	1	120,00	
NICHOS PARA RESTOS			
CONCEPTO	CANT UNID	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
BOVEDA PERMANENTE (0,60*1)	1	9,18	229,18
LAPIDA	1	100,00	
TITULO DE PROPIEDAD	1	120,00	

Elaboración: MAYRA HARO.

**Nota:** Para el cálculo del capital de trabajo, dentro de los materiales directos no se considera el costo del terreno y de los nichos porque estos ya están valorados dentro de la inversión en activos.

6.1.1.3.2. *Servicios Básicos.*

CUADRO Nº 47

**PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS**

DETALLE	UNIDAD	PRECIO	MENSUAL	TOTAL ANUAL
Pago de energía eléctrica	100Kw/h	0,10	97,90	1.174,80
Agua m3	150m3	0,25	75,00	900,00
Teléfono (Base Comercial)		15,00	15,00	180,00
Internet			40,00	480,00
<b>TOTAL</b>			<b>227,90</b>	<b>2.734,80</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: MAYRA HARO.

Los gastos por servicios básicos que se generan tendrán un monto para el primer mes de **227,90 USD**, y un total anual de **2.734,80 USD**.

6.1.1.3.3. *Útiles de Oficina.*

CUADRO Nº 48

**PRESUPUESTO DE ÚTILES DE OFICINA**

ÚTILES DE OFICINA	CAN TIDA D	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Resmas de papel bond 500 hojas	1	2,8	2,8	33,6
Esferos	5	0,15	0,75	9,00
Sobres manila oficio	10	0,25	2,5	30,00
Sobres blancos	10	0,25	2,5	30,00
Papel Fax	1	2,9	2,9	34,8
Papel sumadora	1	0,25	0,25	3,00
Almohadilla Sellos korex	3	0,45	1,35	16,2
Moja dedos	3	1,25	3,75	45,00
Sellos	3	2,46	7,38	88,56
Porta sellos	3	3,23	9,69	116,28
Liquid paper	1	1,18	1,18	14,16
Type	1	0,25	0,25	3,00

Cinta embalaje	1	0,36	0,36	4,32
Engrapadora	1	4,12	4,12	49,44
Grapas (caja)	1	0,64	0,64	7,68
Perforadora	1	4,12	4,12	49,44
Dispenser Type	1	3,67	3,67	44,04
Clips estándar (caja)	1	0,12	0,12	1,44
Saca grapas	1	1,27	1,27	15,24
Apreta papel (caja)	1	0,75	0,75	9,00
Multipeg (fundas)	1	0,38	0,38	4,56
Archivador oficio	5	1,87	9,35	112,2
Archivador oficio grande	5	2,14	10,7	128,4
Carpetas	5	0,47	2,35	28,2
Fólder colgante	2	0,14	0,28	3,36
Borradores	2	0,15	0,3	3,6
Goma	3	0,26	0,78	9,36
Factureros	1	15	15	180,00
Fundas de Basura (paquetes)	7	1,25	8,75	105,00
<b>TOTAL</b>		<b>54,13</b>	<b>98,24</b>	<b>1.178,88</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** MAYRA HARO.

El presupuesto de inversión total para los útiles de oficina mensual es de **98,24 USD** y anual es de **1.178,88 USD**.

#### 6.1.1.3.4. Remuneración del personal.

CUADRO N° 49

### PRESUPUESTO DE SUELDOS PARA EL PERSONAL.

PERSONAL OPERATIVO						
DENOMINACION	GUARDIA	CONDUCTOR/ SEPULTURERO	COCINERA	TANOPRACTOR	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Sueldo Unificado	250,00	200,00	200,00	200,00	850,00	10.200,00
Décimo Tercero	20,83	16,67	16,67	16,67	70,83	850,00
Décimo Cuarto	16,67	16,67	16,67	16,67	66,67	800,00
Vacaciones	10,42	8,33	8,33	8,33	35,42	425,00
Aporte Patronal	30,38	24,30	24,30	24,30	103,28	1.239,30
<b>TOTAL</b>	<b>328,29</b>	<b>265,97</b>	<b>265,97</b>	<b>265,97</b>	<b>1.126,19</b>	<b>13.514,30</b>

PERSONAL ADMINISTRATIVO				
DENOMINACION	GERENTE	SECRETARIA /RECEPCIONISTA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
SueldoUnificado	400,00	300,00	700,00	8.400,00
Décimo Tercero	33,33	25,00	58,33	700,00
Décimo Cuarto	16,67	16,67	33,33	400,00
Vacaciones	16,67	12,50	29,17	350,00
Aporte Patronal	48,60	36,45	85,05	1.020,60
<b>TOTAL</b>	<b>515,27</b>	<b>390,62</b>	<b>905,88</b>	<b>10.870,60</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

La inversión requerida para la remuneración del personal un mes de operación es de **2.032,08 USD.** y para un año es de **24.384,90 USD.**

#### 6.1.1.3.5. Publicidad.

CUADRO N° 50  
PRESUPUESTO PUBLICIDAD

DETALLE	VALOR (mes)	ANUAL
Publicidad	60,00	720,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: MAYRA HARO.

El monto de inversión para la publicidad de la empresa, asciende a **60,00 USD** mensuales.

#### 6.1.1.3.6 Mantenimiento.

CUADRO N° 51  
PRESUPUESTO MANTENIMIENTO

DETALLE	VALOR (mensual)	ANUAL
Mantenimiento	40,00	480,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: MAYRA HARO.

Este rubro esta destinado para cubrir los gastos de pintura, arreglos de jardinería y mantenimiento de las tumbas. Lo cual permitirá mantener las instalaciones en buen estado. Dicho monto es de **40.00 USD** mensuales.

6.1.1.3.7 *Combustible.*

**CUADRO Nº 52**  
**PRESUPUESTO COMBUSTIBLE.**

DETALLE	VALOR (mensual)	ANUAL
Combustible	45,00	540,00

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** MAYRA HARO.

El presupuesto de inversión para el combustible es de **45,00 USD** mensuales.

6.1.1.3.8. *Gastos Generales.*

**CUADRO Nº 53**  
**PRESUPUESTO GASTOS GENERALES.**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Escobas	4	1,25	5,00
Trapeadores	2	2,00	4,00
Desinfectantes	2	4,00	8,00
Ambientales	4	5,00	20,00
Fundas para basura paquetes	4	1,00	4,00
Detergentes (1000 gr.)	2	3,5	7,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>48,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>576,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaboración:** MAYRA HARO.

El presupuesto de inversión para los gastos generales asciende a **48,00 USD** mensuales.

CUADRO N° 54

**CAPITAL DE TRABAJO**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>CUENTAS</b>	<b>Costo Mensual</b>
Materiales Directos	6.902,61
Mano de obra directa	1.126,19
Servicios Básicos	227,90
Gasto Útiles de Oficina	98,24
Gastos Generales	48,00
Sueldo Administración y Ventas	905,88
Publicidad	60,00
Mantenimiento	40,00
Combustible	45,00
<b>Total Capital de Trabajo para 1 meses</b>	<b>9.453,83</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

Como podemos observar en el cuadro anterior el total del capital de trabajo que se requiere para un mes es de **9.453,83 USD**.

#### **6.1.1.4. Resumen De Las Inversiones Del Proyecto.**

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 categorías se realiza en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 55

## PRESUPUESTO DE INVERSION DEL PROYECTO.

ACTIVOS FIJOS	
RUBROS	TOTAL INVERSION
Terreno	50.000,00
Construcción y Adecuación Edificio	228.490,85
Vehículo	30.000,00
Muebles y Enseres	10.566,26
Equipo de oficina	573,24
Equipo de computación	2.120,00
Maquinaria y equipo	5.525,00
<b>Subtotal</b>	<b>327.275,35</b>
ACTIVOS DIFERIDOS	
Elaboración del proyecto	2.000,00
Permiso de Sanidad	250,00
Gastos de constitución	1.200,00
<b>Subtotal</b>	<b>3.450,00</b>
CAPITAL DE TRABAJO	
Materiales Directos	6.902,61
Mano de obra directa	1.126,19
Servicios Básicos	227,90
Gasto Útiles de Oficina	98,24
Gastos Generales	48,00
Sueldo Administración y Ventas	905,88
Publicidad	60,00
Mantenimiento	40,00
Combustible	45,00
<b>Subtotal capital de trabajo para 1 mes</b>	<b>9.453,83</b>
<b>TOTAL</b>	<b>340.179,18</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

### 6.1.2. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.

En este cuadro se realiza la propuesta para al financiamiento de la inversión, siendo esta un total de 340.179, 18 dólares. De esta inversión los socios aportarán el 57% del capital a invertir, es decir 195.179,18 dólares, el 43% haciendo uso del apalancamiento financiero por el banco de Pichincha, a través de un crédito hipotecario por 145.000,00 dólares, a una tasa de interés anual del 12% a 3 años.

CUADRO Nº 56

#### ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

DESCRIPCION	APORTE PROPIO	CREDITO	TOTAL
ACTIVO FIJO	207.275,35	145.000,00	327.275,35
ACTIVO DIFERIDO	3.450,00		3.450,00
CAPITAL DE TRABAJO	9.453,83		9.453,83
<b>TOTAL</b>	<b>195.179,18</b>	<b>145.000,00</b>	<b>340.179,18</b>
<b>PORCENTAJE (%)</b>	<b>57%</b>	<b>43%</b>	<b>100%</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

#### 6.1.2.1. Amortización Del Préstamo Solicitado Al Banco.

##### Datos:

*MONTO* =145.000,00

*INTERES* =12% anual.

*TIEMPO* =36 meses ,(3 años).

*Dividendo* =4.816,08 dólares

De los datos anteriores se puede ver que la cuota mensual que debe pagar la empresa es de **4.816,08 USD** por 36 meses.

La tabla de amortización del préstamo la tenemos en **(ANEXO No.8)**

### 6.1.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS.

Para el cálculo del presupuesto de ingresos se estima que de la demanda potencial calculada en el estudio de mercado se logra captar una participación del mercado del 70%.

Por otra parte, para efectos del cálculo del estudio financiero calculamos los ingresos solo con el precio del servicio exequial básico debido a que queremos ser conservadores en los ingresos, y con los precios detallados en el estudio de mercado obtenidos en las encuestas para los servicios de inhumación.

Además que consideraremos un incremento del 10% anual en los precios de venta en los servicios exequiales y de inhumación debido a la inflación.

Una vez hecho todos los cálculos pertinentes para los siguientes 5 años se obtiene el siguiente cuadro de ingresos:

CUADRO Nº 57

#### PRESUPUESTO DE INGRESOS

RESUMEN DE INGRESOS	1ER AÑO	2DO AÑO	3ER AÑO	4TO AÑO	5TO AÑO
<b>UNIDADES VENDIDAS</b>	228	273	328	393	472
70% DE CUOTA DE MERCADO	<b>159</b>	<b>191</b>	<b>229</b>	<b>275</b>	<b>330</b>
PRECIO TUMBAS	950,00	1.045,00	1.149,50	1.264,45	1.390,90
PRECIO NICHOS CUERPOS	850,00	935,00	1.028,50	1.131,35	1.244,49
PRECIO NICHOS RESTOS	750,00	825,00	907,50	998,25	1.098,08
<b>TOTAL INGRESO VENTA TUMBAS Y NICHOS</b>	<b>142.180,00</b>	<b>187.677,60</b>	<b>247.734,44</b>	<b>327.009,46</b>	<b>431.652,49</b>
PRECIO SERVICIO EXEQUIAL BÁSICO	650,00	715,00	786,50	865,15	951,67
<b>TOTAL INGRESOS SERVICIO EXEQUIAL</b>	<b>103.539,18</b>	<b>136.671,72</b>	<b>180.406,67</b>	<b>238.136,80</b>	<b>314.340,58</b>
<b>TOTAL INGRESOS ANUAL</b>	<b>245.719,18</b>	<b>324.349,32</b>	<b>428.141,11</b>	<b>565.146,26</b>	<b>745.993,07</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

#### 6.1.4. PRESUPUESTO DE EGRESOS.

En este cuadro se presenta la estructura de los costos y gastos, proyectados a cinco años, tomando en cuenta cada una de las partidas que se tendrían en el desarrollo normal de las actividades del mismo

Para el cálculo del presupuesto de egresos se ha considerado lo siguiente:

- Para el cálculo de los materiales directos se considera el 70% de la cuota de mercado proyectada que captaremos multiplicado por el costo del servicio exequial básico, sepultura en el jardín con un 46,50% de aceptación obtenido en las encuestas del estudio de mercado, así mismo para sepultura en nichos para cuerpo entero con un 49,58% y sepultura en nichos para restos con un 3,98%.
- Un incremento del 10% anual para servicios básicos, mantenimiento, combustible, sueldos y salarios, útiles de oficina, gastos generales y publicidad.

**CUADRO N° 58**  
**PRESUPUESTO DE EGRESOS**  
**COSTOS TOTALES DEL SERVICIO EXEQUIAL E INHUMACIÓN**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>102.846,98</b>	<b>121.689,46</b>	<b>144.127,75</b>	<b>170.863,74</b>	<b>202.737,97</b>
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>	<b>85.577,88</b>	<b>102.693,45</b>	<b>123.232,14</b>	<b>147.878,57</b>	<b>177.454,28</b>
Servicio exequial básico	47.787,31	57.344,78	68.813,73	82.576,48	99.091,78
Sepultura en jardín 46,50%	17.004,33	20.405,19	24.486,23	29.383,48	35.260,17
Sepultura en nichos cuerpos 49,58%	19.355,56	23.226,67	27.872,01	33.446,41	40.135,69
Sepultura en nichos restos 3,98%	1.430,67	1.716,81	2.060,17	2.472,20	2.966,64
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>13.514,30</b>	<b>14.865,73</b>	<b>16.352,30</b>	<b>17.987,53</b>	<b>19.786,29</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>3.754,80</b>	<b>4.130,28</b>	<b>4.543,31</b>	<b>4.997,64</b>	<b>5.497,40</b>
Servicios básicos	2.734,80	3.008,28	3.309,11	3.640,02	4.004,02
Mantenimiento	480,00	528,00	580,80	638,88	702,77
Combustible	540,00	594,00	653,40	718,74	790,61

<b>GASTOS DE ADMIST Y VTAS</b>	<b>30.166,31</b>	<b>31.500,86</b>	<b>32.968,86</b>	<b>33.877,07</b>	<b>35.653,35</b>
Sueldos y Salarios	10.870,60	11.957,66	13.153,43	14.468,77	15.915,65
Amortización Activos Diferidos	345,00	345,00	345,00	345,00	345,00
Depreciación activos fijos	16.475,83	16.475,83	16.475,83	15.769,24	15.769,24
Útiles de oficina	1.178,88	1.296,77	1.426,44	1.569,09	1.726,00
Gastos generales	576,00	633,60	696,96	766,66	843,32
Publicidad	720,00	792,00	871,20	958,32	1.054,15
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>15.102,64</b>	<b>9.688,45</b>	<b>3.587,60</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Intereses préstamo bancario	15.102,64	9.688,45	3.587,60	0,00	-
<b>TOTALES</b>	<b>148.115,93</b>	<b>162.878,77</b>	<b>180.684,22</b>	<b>204.740,81</b>	<b>238.391,33</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

#### 6.1.4.1. Distribución de Costos.

Los costos se distribuyen en costos fijos y costos variables, de conformidad a la relación con la capacidad productiva de la empresa.

##### 6.1.4.1.1. Costos Fijos

Son los gastos que incurre la empresa por el solo hecho de existir y no varían ante cualquier incremento o baja en la cantidad de servicios vendidos.

##### 6.1.4.1.2. Costos Variables

Representa todos los componentes del costo total a excepción del costo fijo y son aquellos que varían ante cualquier incremento o baja en la cantidad de servicios vendidos.

## COSTOS FIJOS Y VARIABLES DEL SERVICIO EXEQUIAL E INHUMACIÓN

CONCEPTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>16.729,10</b>	<b>86.117,88</b>	<b>18.402,01</b>	<b>103.287,45</b>	<b>20.242,21</b>	<b>123.885,54</b>	<b>22.266,43</b>	<b>148.597,31</b>	<b>24.493,08</b>	<b>178.244,90</b>
MATERIALES DIRECTOS	-	85.577,88	-	102.693,45	-	123.232,14	-	147.878,57	-	177.454,28
Servicio exequial básico		47.787,31		57.344,78		68.813,73		82.576,48		99.091,78
Sepultura en jardín 46,50%		17.004,33		20.405,19		24.486,23		29.383,48		35.260,17
Sepultura en nichos cuerpos 49,58%		19.355,56		23.226,67		27.872,01		33.446,41		40.135,69
Sepultura en nichos restos 3,98%		1.430,67		1.716,81		2.060,17		2.472,20		2.966,64
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>13.514,30</b>		<b>14.865,73</b>		<b>16.352,30</b>		<b>17.987,53</b>		<b>19.786,29</b>	
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>3.214,80</b>	<b>540,00</b>	<b>3.536,28</b>	<b>594,00</b>	<b>3.889,91</b>	<b>653,40</b>	<b>4.278,90</b>	<b>718,74</b>	<b>4.706,79</b>	<b>790,61</b>
Servicios básicos	2.734,80		3.008,28		3.309,11		3.640,02		4.004,02	
Mantenimiento	480,00		528,00		580,80		638,88		702,77	
Combustible		540,00		594,00		653,40		718,74		790,61
<b>GASTOS DE ADMIST Y VTAS</b>	<b>30.166,31</b>	-	<b>31.500,86</b>	-	<b>32.968,86</b>	-	<b>33.877,07</b>	-	<b>35.653,35</b>	-
Sueldos y Salarios	10.870,60		11.957,66		13.153,43		14.468,77		15.915,65	
Amortización Activos Diferidos	345,00		345,00		345,00		345,00		345,00	
Depreciación activos fijos	16.475,83		16.475,83		16.475,83		15.769,24		15.769,24	
Útiles de oficina	1.178,88		1.296,77		1.426,44		1.569,09		1.726,00	
Gastos generales	576,00		633,60		696,96		766,66		843,32	
Publicidad	720,00		792,00		871,20		958,32		1.054,15	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>15.102,64</b>	-	<b>9.688,45</b>	-	<b>3.587,60</b>		-		-	
Intereses préstamo bancario	15.102,64		9.688,45		3.587,60		0,00		-	
<b>TOTAL</b>	<b>61.998,06</b>	<b>86.117,88</b>	<b>59.591,32</b>	<b>103.287,45</b>	<b>56.798,68</b>	<b>123.885,54</b>	<b>56.143,50</b>	<b>148.597,31</b>	<b>60.146,43</b>	<b>178.244,90</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

### 6.1.5. ESTADOS FINANCIEROS.

Los estados financieros que serán presentados posteriormente nos permitirán realizar evaluaciones para la toma de decisiones de carácter económico así como la planeación de procesos internos.

#### 6.1.5.1. Estado De Resultados (Pérdidas Y Ganancias) Proyectado.

Es un informe económico financiero donde se muestra en forma ordenada los ingresos y costos proyectados, con el fin de obtener la utilidad neta durante el horizonte de planeamiento.

CUADRO Nº 60  
ESTADO DE RESULTADOS

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>VENTAS NETAS</b>	245.719,18	324.349,32	428.141,11	565.146,26	745.993,07
<b>(-)COSTO DE VENTAS</b>	102.846,98	121.689,46	144.127,75	170.863,74	202.737,97
Materiales directos	85.577,88	102.693,45	123.232,14	147.878,57	177.454,28
Mano de obra directa	13.514,30	14.865,73	16.352,30	17.987,53	19.786,29
Costos indirectos	3.754,80	4.130,28	4.543,31	4.997,64	5.497,40
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>142.872,21</b>	<b>202.659,86</b>	<b>284.013,36</b>	<b>394.282,52</b>	<b>543.255,09</b>
<b>(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS</b>	30.166,31	31.500,86	32.968,86	33.877,07	35.653,35
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>112.705,90</b>	<b>171.159,00</b>	<b>251.044,49</b>	<b>360.405,45</b>	<b>507.601,74</b>
<b>(-) GASTOS FINANCIEROS</b>	15.102,64	9.688,45	3.587,60	0,00	0,00
<b>(=) Utilidad antes de Participaciones</b>	<b>97.603,25</b>	<b>161.470,55</b>	<b>247.456,89</b>	<b>360.405,45</b>	<b>507.601,74</b>
(-) 15% de trabajadores	14.640,49	24.220,58	37.118,53	54.060,82	76.140,26
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>82.962,76</b>	<b>137.249,97</b>	<b>210.338,36</b>	<b>306.344,63</b>	<b>431.461,48</b>
(-) 25% de Impuestos	20.740,69	34.312,49	52.584,59	76.586,16	107.865,37
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>62.222,07</b>	<b>102.937,48</b>	<b>157.753,77</b>	<b>229.758,47</b>	<b>323.596,11</b>
(-) 10% de reserva legal	6.222,21	10.293,75	15.775,38	22.975,85	32.359,61
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>55.999,87</b>	<b>92.643,73</b>	<b>141.978,39</b>	<b>206.782,63</b>	<b>291.236,50</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

## 6.2. EVALUACIÓN FINANCIERA.

La evaluación financiera es la parte final de toda la secuencia del estudio de factibilidad del proyecto, el objeto de la evaluación financiera será demostrar que el proyecto será económicamente rentable.

En el flujo de fondos del inversionista se demostrará la conveniencia de efectuar el proyecto, para lo cual se presentan los ingresos y los egresos monetarios proyectados hacia los próximos 5 años, a través de los siguientes indicadores financieros:

### 6.2.1. PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio expresa en forma resumida el número de unidades (usuarios del servicio) necesarios para que la operación sea autosuficiente. Es decir que con el punto de equilibrio se determina cuanto debemos vender en una unidad de tiempo, en este caso mensual, para al menos cubrir los costos fijos.

En este caso particular se ha procedido a calcular el punto de equilibrio de la siguiente forma:

Mediante la siguiente fórmula obtenemos el punto de equilibrio en función de las ventas totales.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

CUADRO Nº 61

#### PUNTO DE EQUILIBRIO.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Pto. de Equilibrio en ventas totales</i>	95.451,05	87.434,37	79.925,73	76.171,82	79.029,44
<i>Precio promedio.</i>	900,00	990,00	1.089,00	1.197,90	1.317,69
<i>Pto de Equilibrio en numero de defunciones anuales</i>	106	88	73	64	60
<i>Pto de Equilibrio en numero de defunciones mensuales</i>	9	7	6	5	5

Elaboración: MAYRA HARO.

El cuadro anterior muestra el punto de Equilibrio en función de las ventas, donde el total en ventas que debemos tener para cubrir los costos fijos es de 95.451,05 dólares con un total de 106 usuarios a un precio promedio de 900,00 dólares para el primer año. Para los siguientes el punto de equilibrio va disminuyendo ya que el precio se va incrementando.

#### 6.2.2. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.

Se presenta a continuación el flujo de caja proyectado anual para 5 años, en el cual se determinan los saldos disponibles para pagar dividendos y amortización de préstamos una vez descontados los costos y gastos operativos del proyecto.

CUADRO Nº 62  
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	0	245.719,18	324.349,32	428.141,11	565.146,26	745.993,07
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>245.719,18</b>	<b>324.349,32</b>	<b>428.141,11</b>	<b>565.146,26</b>	<b>745.993,07</b>
<b>(-) EGRESOS</b>						
COSTOS TOTALES		148.115,93	162.878,77	180.684,22	204.740,81	238.391,33
15% Partic. Trabajadores		14.640,49	24.220,58	37.118,53	54.060,82	76.140,26
25% Impuesto Renta		20.740,69	34.312,49	52.584,59	76.586,16	107.865,37
Capital pagado préstamo		42.690,26	48.104,45	54.205,30		
<b>(+) Depreciación</b>		16.475,83	16.475,83	16.475,83	15.769,24	15.769,24
<b>(+) Amortización Act. Diferido</b>		345,00	345,00	345,00	345,00	345,00
INVERSION INICIAL	- 340.179,18					
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>- 340.179,18</b>	<b>209.366,53</b>	<b>252.695,46</b>	<b>307.771,81</b>	<b>319.273,55</b>	<b>406.282,72</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>- 340.179,18</b>	<b>36.352,65</b>	<b>71.653,86</b>	<b>120.369,30</b>	<b>245.872,71</b>	<b>339.710,35</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

### 6.2.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN.

El periodo de recuperación de la inversión es el plazo o período de capital (tiempo) en que tarda en recuperarse la inversión inicial, basándose en los flujos que genera en cada período de su vida útil. Se encuentra determinado por el año anterior a la recuperación total mas el costo no recuperado al inicio del año dividido entre el flujo de efectivo durante el año.

El siguiente cuadro muestra dichos cálculos

**CUADRO Nº 63**  
**PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL**

PERIODO	FLUJO NETO DE CAJA	ACUMULADO
0		- 340,179.18
1	36.352,65	-303.826,53
2	71.653.86	-232.172,67
3	120.369,30	-111.803,36
4	245.872,71	134.069,35
5	406.282.72	

Elaboración: MAYRA HARO.

$$P_{RC} = \text{Año que cubre Inversión} + \frac{\text{Inversión} + \text{Suma primeros flujos netos}}{\text{Flujo del periodo que cubre inversión}}$$

$$PRC = 3 + \frac{111.803,36}{245.872,71}$$

$$PRC = 3 + 0,45$$

$$0,45 * 12 (\text{MESES}) = 5,46$$

$$0,46 * 30 (\text{DIAS}) = 14 \text{ DIAS}$$

Se determino que el periodo de recuperación del proyecto es de 3 AÑOS, 5 MESES y 14 DÍAS.

#### 6.2.4. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Para obtener el VAN se debe determinar la Tasa mínima de rendimiento aceptable (TMAR) o Tasa de Descuento.

##### Determinación de La (TMAR) o Tasa de Descuento

- Capital aportado por los socios.
- Préstamo o crédito del Banco.
- Tasa pasiva o tasa que las entidades financieras pagarían por el dinero invertido en una póliza a plazo fijo de un año (8%)<sup>49</sup>.
- Tasa activa, este es el interés que los bancos cobran cuando otorgan un crédito (12%)<sup>50</sup>.

CUADRO Nº 64

##### COSTO PONDERADO DEL CAPITAL, DETERMINACIÓN DE LA TMAR.

ESTRUCTURA DE CAPITAL	Valor	Estructura (%)	Costo (%)	TMAR
Capital Propio	195179,18	57%	8%	4,59%
Capital Financiado (Apalancamiento)	145000,00	43%	12%	5,11%
Total inversión	340179,18	100%		9,70%

Elaboración: MAYRA HARO.

Con el cuadro anterior se pudo obtener una TMAR o Tasa de Descuento de:

- TMAR = 10%

Procedemos a calcular el VAN mediante la fórmula (VNA) que se encuentra en el programa de Excel, considerando los flujos de caja y la tasa de descuento del 10% obteniendo así:

- **VAN: 201.263,42 USD**

Se obtiene como resultado un VAN de \$ 201.263,42, considerando una tasa de descuento del 10% y un período de cinco años. Como podemos ver el saldo es

<sup>49</sup> Bco. Pichincha Tasa pasiva de plazo fijo a un año.

<sup>50</sup> Bco. Pichincha Tasa activa de plazo fijo a un año.

mayor a cero, es decir, es positivo, por lo tanto el proyecto posee una buena rentabilidad.

Con estos antecedentes se muestra que el inversionista puede invertir en el proyecto por que éste ofrece rentabilidad.

#### 6.2.5. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Procedemos a calcular la TIR mediante la fórmula (TIR) que se encuentra en el programa de Excel, considerando los flujos de caja y la tasa de descuento del 10% obteniendo así:

**TIR: 25,85 %**

Se obtiene como resultado que la TIR para este proyecto es de 25,85%, la cual en relación a la tasa de descuento es superior, demostrando que el proyecto es aceptable.

#### 6.2.6. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C)

La relación beneficio/costo nos indica cuanto dinero recibe la empresa por cada dólar invertido. Es indispensable que el índice sea mayor a 1.

Para obtener este índice procedemos a calcular el valor actual neto de los beneficios actualizados (flujos), considerando la tasa de descuento que obtuvimos en el costo ponderado del capital que para el proyecto es del 10%, dividiendo para la inversión inicial.

$$R(B/C) = \frac{\text{Flujos Actuales}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$R(B/C) = \frac{561.568,94}{340.179,18}$$

$$R(B/C) = 1,65$$

Para este proyecto la relación beneficio/costo es de \$1.65. Como podemos observar este valor es mayor a 1, lo cual nos indica que por cada dólar invertido en la empresa, recibimos \$0,65 adicional, esto quiere decir que es recomendable invertir en el proyecto.

#### 6.2.7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Para el análisis de sensibilidad se analizará las variables más importantes del proyecto que son: precio de venta y el número de usuarios anualmente, para cada una de las cuales se presentan variaciones de 10%, 20% y 30% sobre el valor estimado en el proyecto. Efectuados los cálculos correspondientes se obtienen los siguientes Valores Actuales Netos (VAN), las siguientes Tasas Internas de Retorno (TIR), los Periodos de recuperación de la Inversión (PRC) y Relación Costo Beneficio (B/C).

CUADRO N° 65  
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

VARIABLE: PRECIOS	VAN	TIR	P. RECUPERACIÓN			RELACIÓN B/C
			Año	Mes	Día	
Proyecto	201.263,42	25,85%	3	5	14	1,65
Disminución del precio en un 10%	104.924,84	18,59%	3	10	9	1,34
Disminución del precio en un 20%	8.586,27	10,74%	4	3	6	1,03
Disminución del precio en un 30%	-87.752,30	2,04%	4	10	1	0,72

VARIABLE: NÚMERO DE USUARIOS	VAN	TIR	P. RECUPERACIÓN			RELACIÓN B/C
			Año	Mes	Día	
Proyecto	201.263,42	25,85%	3	5	14	1,65
Disminución de usuarios en un 10%	132.584,85	20,78	3	8	14	1,43
Disminución de usuarios en un 20%	63.906,28	15,39	4	0	7	1,21
Disminución de usuarios en un 30%	-4.772,29	9,58%	4	3	27	0,98

Elaboración: MAYRA HARO.

Los cuadros del análisis de sensibilidad lo encontramos en **(ANEXO No. 9)**

Del cuadro anterior se puede apreciar que el proyecto es altamente sensible a las variaciones del precio de ventas y del número de usuarios.

Al momento en que el precio de venta previsto en el proyecto se reduce en un 10%, permaneciendo constantes las demás variables, tenemos que el VAN disminuirá de \$201.263,42 a \$104.924,84 y la TIR disminuirá de 25,85% a 18,59%, de la misma manera sucede con la relación del Costo/Beneficio que muestra una reducción de \$1,65 a \$1,34, siendo este escenario viable para este proyecto. Si reducimos el precio en un 20% el VAN baja a \$8.586,27, la TIR baja 10,74%, y el índice de C/B muestra que solo captaremos \$0,03 siendo este escenario indiferente para este proyecto, y si se reduce en un 30% el precio el proyecto ya no es viable.

Dejando de captar el 10% en el número de usuarios el VAN del proyecto disminuirá a \$132.584,85, la TIR disminuirá a 20,78% y el C/B disminuirá a \$1,43, siendo este escenario viable para el proyecto. Si el número de usuarios se reduce en un 20%, el VAN del proyecto disminuirá a \$63.906,28, la TIR disminuirá a 15,39% y el C/B disminuirá a \$1,21, siendo este escenario todavía viable para el proyecto, y si se reduce el número de usuarios en un 30% el proyecto ya no es viable.

Podemos concluir que la holgura con que se cuenta para competir mediante disminución del precio de venta es hasta de un 10% para que el proyecto sea viable, y con la variable de número de usuarios la holgura con que se cuenta es de una disminución hasta un 20% para que el proyecto sea viable.

## **CAPITULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

#### **7.1. CONCLUSIONES**

1. Actualmente cementerio Municipal de la ciudad de Nueva Loja se encuentra en un total abandono por parte de las autoridades gubernamentales y el espacio para continuar con sepulturas futuras es muy reducido, por lo que enfocamos el estudio en la creación de un Campo Santo que estará localizado en la ciudad de Nueva Loja el cual brindará los servicios exequiales y de inhumación y de esta manera cubrir esta necesidad básica e importante.
2. Mediante la información tabulada que se obtiene aplicando la encuesta destinada a los posibles usuarios de los servicios exequiales y de inhumación en la ciudad, se tiene que el 96,26% de ellos están dispuestos en adquirir los servicios, la demanda de usuarios que esperamos captar es del 70%, es decir un total de 159 usuarios cuyos familiares adquirirán el servicio al primer año (demanda real). Existe un mercado creciente para este tipo de servicio, que puede ser desarrollado con excelente resultados.
3. El grado de calidad del producto a desarrollar en este proyecto constituye una ventaja competitiva, ya que actualmente no existe en la ciudad de Nueva Loja una empresa que ofrezca este tipo de servicio exequiales en un camposanto, debido a que la única oferta que se encuentra en la ciudad de Nueva Loja es el cementerio Municipal por lo que no es considerado como competencia.

4. El estudio económico financiero determina la inversión de 340179,18USD de los cuales 195.179,18 USD que equivalen al 57% que se financiará con recursos propios y 145.000,00 USD que son el 43% con recursos financiados. Los estados financieros proyectados, muestran que el proyecto tiene en promedio de 175.253,579 USD de utilidad neta sobre las ventas durante los 5 años;
5. El Costo Total de Producción es de 148.115,93 dólares con una utilidad de 55.999,87 dólares para el primer año, tomando en cuenta el precio de venta solo del servicio exequial básico de 650,00 dólares y de los servicios de inhumación de 850,00 para nichos de cuerpos enteros, de 750,00 para nichos de restos y de 950 para tumbas en el jardín considerando un incremento por la inflación del 10% para los próximos años.
6. Los flujos de caja proyectados demuestran que el proyecto tiene la liquidez necesaria para poder cubrir sus costos y gastos anuales. El análisis financiero establece que el Valor Actual Neto del proyecto es 201.263,42 dólares, La TIR del proyecto es de 25,85%, lo cual se considera aceptable, ya que es superior a la tasa de interés promedio activa del sistema bancario nacional.
7. El índice beneficio costo es del 1.65, siendo aceptable ya que por cada dólar que se invierta se obtendrá 0.65 de utilidad, mediante el índice de periodo de recuperación de capital, se concluye que la inversión total de 340179,18 dólares se recupera a partir del 3 año, 5 meses y 14 días.
8. El Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta una disminución en los precios de ventas hasta el 10% para que el proyecto sea viable y una disminución en la variable de número de usuarios hasta el 20%, lo que demuestra que es conveniente implantarlo tomando en cuenta las condiciones de la dolarización actual.

9. En general podemos concluir que en base a los análisis realizados en los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero, el proyecto es rentable y es aconsejable que se lleve a cabo, ya que el mismo presenta índices aceptables de rentabilidad, y debido a una excelente relación entre costos y beneficios que presenta.

## **7.2. RECOMENDACIONES.**

1. El presente proyecto de servicios exequiales, una vez demostrado su viabilidad, técnica y financiera, queda a disposición de inversionistas locales o nacionales a fin de ponerlo en marcha de manera inmediata, tomando en cuenta los beneficios que obtendrán tanto los inversionistas como la población de la ciudad de Nueva Loja.
2. El la puesta en ejecución 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 a la ciudad
3. Aprovechar las expo-ferias que presentan en la localidad para colocar stans, con el fin de dar a conocer todos los servicios que la nueva empresa de servicios exequiales e inhumación ofrecerá.
4. Se recomienda contar con una oficina central para atención al cliente, la misma que ubicará en un lugar estratégico de la ciudad, y que contará con todo el material necesario para dar a conocer a los pobladores de esta ciudad.
5. Mantener e incrementar la calidad en el servicio, incrementar en un futuro el servicio exequial de cremación, el tiempo estimado seria en 5 años a partir del

funcionamiento del camposanto, tomando como referencia la aceptación de servicio en el estudio de mercado aplicado.

6. Se puede ejecutar con éxito este proyecto incluyendo si se desea posibles cambios en algunas variables. Esto puede hacer más atractivo el nivel de rentabilidad.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- ANDER-EGG, Ezequiel y AGUILAR María José. Como Elaborar un Proyecto. Guía para Diseñar Proyectos Sociales y Culturales. Editorial Lumen / Humanitas. 13.<sup>a</sup> Edición. Buenos Aires. 1996.
- AMO, Alondo E., Desarrollo organizacional: un modelo de intervención en las organizaciones, Primera Edición, Barcelona – España, Editorial Empeiro y Ramos, 1994.
- BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial McGraw Reimpresión segunda Edición, 1997.
- BLANT T, Leland Y TARQUIN Anthony J. Ingeniería Económica. Mc Graw Hill.
- CADENA, Jaime. Material Educativo, dictado de clases de Gerencia Procesos, Ecuador, 2007
- CHIAVENATO, Idalberto. (2001. Administración, proceso administrativo. (3<sup>a</sup> ED.) México: McGraw - Hill Interamericana de México, S.A.
- CERON Eve, Folletos de Investigación de Mercados, Editorial Labor S.A, Lima – Perú, 1984.
- DUEÑAS V. Gustavo, FERNÁNDEZ P. José, GÓMEZ O. Ricardo, PADRÓN A. Ricardo, ZEVALLOS G. Patricio. Proyecto “Reasentamiento de Monte Olivo” Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Tesis de Ingeniería Civil.

- HERNÁNDEZ SAMPERI, Roberto y otros. Metodología de la Investigación. Tercera Edición. Editorial Mxcgraw – Hill Interamericana, México, 2002.
- HIDALGO José, ALBORNOZ Vicente y Hurtado Felipe. “Las Finanzas Provinciales del gobierno Central” Cuadro de Presupuesto del Gobierno Central por provincia.
- HOLGUÍN, Verónica. Proyecto “Cementerio La Luz del Silencio en Pusuquí” Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Tesis de Arquitectura y Diseño.
- JONHSON, Robert W. Administración Financiera. México, Continental, 1998.
- KOTLER, Philip. Dirección de Mercadotecnia. Prentice Hall. 2001
- KONTS H, Weihrich H, Administración: una perspectiva global, naturaleza de la planificación. Edición segunda, Editorial SanPer, Traducción México, D.F, 1989
- MALHOTRA, NARRES K. Investigación de Mercados un enfoque práctico. Segunda edición. Madrid, Ed. Pearson Educación,1997.
- MARIÑO, W. 500 Ideas de negocios no tradicionales y como ponerlas en práctica. Quito; 2002.
- MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos. Cuarta Edición. Colombia, MM Editores.
- NASSIR SAPAG Chain Y REINALDO SAPAG Chain 3er Edición. Preparación y Evaluación de Proyectos,
- PORTER Michael E. “Estrategia competitiva”, Editorial Continental, México, 1998
- VOLPENTESTA, Jorge Roberto. Organizaciones, procedimientos y estructuras. Editorial Buyatti. Buenos Aires, 2000
- WEIERS, Rodrigo, Investigación de mercados, México, D,F, Editorial Prentice Hall, 1997.
- WILLIAM MENDENHALL/ROBERT J. BEAVER/ BARBARA M. BEAVER, Introducción a la Probabilidad y Estadística, Cáp. 8 Estimación para Muestras Grandes Pág. 291.

**LINKS INTERNET:**

- Banco Central del Ecuador Documento disponible en Internet:  
*<http://www.bce.fin.ec>*
- Constitución de una Empresa. Documento disponible en Internet:  
*<http://www.monografias.com/trabajos47/constitucion-empresa/constitucion-empresa.shtml>*.
- El Muestreo Estadístico y su aplicación en la actividad Auditora”. Documento disponible en Internet:  
*<http://www.monografias.com/trabajos11/tebas/tebas.shtml>*
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos Documento disponible en Internet: *<http://www.inec.gov.ec>*.
- Los Análisis de Sensibilidad de Proyectos. Documento disponible en Internet: *<http://www.geocities.com/gilberto-rojas/index35.html>*.
- Municipio de Lago Agrio. Documento disponible en Internet:  
*<http://www.municipiolagoagrio.gov.ec/pagina.php?vamenu=11>*
- PROARCA/CAPAS Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos para elaborar estudios de factibilidad. Rafael Luna. Damaris Chávez. Guatemala, marzo 2001. Documento disponible en Internet:  
*[www.irgltd.com/FactabilidadProyectosEcoturísticos-Guatemala.pdf](http://www.irgltd.com/FactabilidadProyectosEcoturísticos-Guatemala.pdf)* - Acceso: Octubre 15 2007.
- Punto de Equilibrio y Eficiencia. Monografías Internet.  
*<http://www.monografias.com/trabajos30/punto-equilibrio/punto-equilibrio.shtml>*.
- Secretaria de Economía/emprendedores Documento Internet:  
*<http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20tecnico.htm>*
- Trámites y Legalización. Secretaría para la Educación y la Cultura Internet.  
*<http://www.seduca.gov.co/portal/educacion/servicios/tramites/descargas/legalizacion/anexo1.doc>*.

# **ANEXOS**

## ANEXO Nº 1

### ENCUESTA PILOTO

Se, solicita a Ud. Nos ayude contestando la siguiente encuesta, con toda honestidad y confianza, su contestación será de estricta reserva, además que será de gran ayuda para desarrollar nuestro trabajo de tesis en la carrera de Ingeniera Empresarial.

---

1. Esta Ud. de acuerdo con la creación de un campo santo privado en la ciudad de Nueva Loja.

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

2. El lugar donde le gustaría que se ubique el nuevo Campo Santo:

Vía Quito.	<input type="checkbox"/>
Vía Aguarico.	<input type="checkbox"/>
Vía Colombia.	<input type="checkbox"/>

3. Estaría de acuerdo en adquirir los nuevo servicio que ofrece el Campo Santo.

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

4. En los siguientes medios de comunicación locales, cual es de su preferencia

Televisión.	<input type="checkbox"/>
Radio.	<input type="checkbox"/>
Periódico.	<input type="checkbox"/>
Otros.	<input type="checkbox"/>

5. De los montos especificados, cual estaría Ud. dispuesto a cancelar de acuerdo a sus ingresos mensuales

20,00 a 60,00	<input type="checkbox"/>
61,00 a 80,00	<input type="checkbox"/>
81,00 a 110,00	<input type="checkbox"/>
110,00 o mas	<input type="checkbox"/>

6. La forma de pago por la obtención de un terreno en el cementerio privado seria:

Mensual	<input type="checkbox"/>
Trimestral	<input type="checkbox"/>
Semestral	<input type="checkbox"/>
Anual	<input type="checkbox"/>

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

## ANEXO Nº 2

## TABLA DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA PILOTO

TABLA DE RESULTADOS ENCUESTA PILOTO		#	%	Total	
PREGUNTAS		RESPUESTAS			
1	Creación de un Campo Santo en Nueva Loja.	Si	95	95%	100 %
		No	5	5%	
2	Lugar donde le gustaría que se ubique el nuevo Campo Santo.	Vía Quito.	63	63 %	100%
		Vía Colombia.	25	25 %	
		Vía Aguarico.	12	12 %	
3	Esta interesado/a en adquirir los nuevos servicios.	Si	90	90 %	100%
		No	10	10 %	
4	Medios de comunicación que son de su preferencia.	Televisión.	58	58 %	100%
		Radio.	20	20 %	
		Periódico.	13	13 %	
		Otros.	9	9 %	
5	Que monto esta dispuesto a cancelar para obtener el servicio.	20 – 60 \$	66	66 %	100%
		61 – 80 \$	24	24 %	
		81 – 110 \$	10	10 %	
		110 o mas..	0	0 %	
6	Opciones de pago.	mensuales	45	45 %	100%
		trimestrales	43	43 %	
		semestrales	12	12 %	

## ANEXO No. 3

### ENCUESTA DEFINITIVA.

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 factibilidad para la implementación de un nuevo Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja, por su colaboración prestada a la presente le anticipamos nuestros más sinceros agradecimientos.

---

**1. Sírvase a indicar su ocupación actual:**

.....

**2. Escoja el grupo de edad al que pertenece:**

20 – 30                       41– 50   
 31 – 40                       51 en adelante

**3. Indique su estado civil:**

Soltero/a                       Divorciado/a                       Unión Libre   
 Casado/a                       Viudo/a

**4. ¿Esta usted de acuerdo con la creación de un Campo Santo en la ciudad de nueva Loja?**

SI                       NO

**5. ¿Estaría Ud de acuerdo en adquirir los servicios de inhumación y exequiales en un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja?**

SI                       NO

Si su respuesta es afirmativa, continúe con las siguientes preguntas, caso contrario, gracias por su colaboración.

**6. ¿Dónde piensa usted que sería el lugar más adecuado para construir el nuevo Campo Santo?**

Vía Al Aguarico   
 Vía Quito   
 Vía Colombia

7. ¿De los tipos de servicio de inhumación que detallamos a continuación, cuál estaría dispuesto a adquirir?

Nichos para cuerpo entero.  Columbarios   
 Nichos para restos.   
 Tumbas en el jardín.

8. De acuerdo a la pregunta anterior ¿cuál de los montos especificados, estaría Ud. dispuesto a cancelar según al servicio adquirido?

<i>Nichos Cuerpo</i>	<i>Nichos Restos</i>	<i>Tumbas Jardín</i>
800 a 850 <input type="checkbox"/>	700 a 750 <input type="checkbox"/>	900 a 950 <input type="checkbox"/>
851 a 900 <input type="checkbox"/>	751 a 800 <input type="checkbox"/>	951 a 1000 <input type="checkbox"/>
901 o más. <input type="checkbox"/>	801 o más. <input type="checkbox"/>	1001 o más. <input type="checkbox"/>

9. ¿Cuál de las siguientes alternativas de un servicio exequial le interesaría a Ud. adquirir?

Servicio Básico.   
 Servicio Especial.   
 Servicio Premium.

10. De acuerdo a la pregunta anterior ¿cuál de los montos especificados, estaría Ud. dispuesto a cancelar según al servicio adquirido?

<i>Servicio Básico</i>	<i>Servicio Especial</i>	<i>Servicio Premium</i>
600 a 650 <input type="checkbox"/>	700 a 750 <input type="checkbox"/>	800 a 850 <input type="checkbox"/>
651 a 700 <input type="checkbox"/>	751 a 800 <input type="checkbox"/>	851 a 900 <input type="checkbox"/>
701 o más. <input type="checkbox"/>	801 o más. <input type="checkbox"/>	901 o más. <input type="checkbox"/>

11. ¿Si Ud. tuviera un familiar sepultado en el cementerio general, trasladaría sus restos mortales a un nuevo Campo Santo?

SI  NO

12. ¿A través de que medios de comunicación le gustaría que se de a conocer al nuevo Campo Santo?

Televisión.   
 Radio.   
 Periódico.

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

50 personas	<input type="checkbox"/>
75 personas	<input type="checkbox"/>
100 personas	<input type="checkbox"/>
Mas de 100	<input type="checkbox"/>

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

**ANEXO No. 4  
DOCUMENTOS PARA LA INHUMACIÓN PERMISO DE  
SEPULTURA.**

	<b>CONSEJO MUNICIPAL DE LAGO AGRIO</b>	N°
ESPECIE VALORADA		\$ 1.º
<b><u>PERMISO DE SEPULTURA.</u></b>		
<p>La Comisaría Municipal del Cantón de Lago Agrio, en plenas facultades que le confiere la Ley de Régimen Municipal, extiende el presente permiso de sepultura a ..... señor ..... con CI. N°....., de Nacionalidad..... para que pueda dar sepultura en el cementerio..... de.....a..... quien en vida se llamó....., con CI. N° ..... de Nacionalidad....., de ..... de Edad, de estado civil....., de profesión....., fallecido el ..... de ..... a las ..... a causa de ..... según consta en..... otorgada por .....</p>		
Nueva Loja, .....		
Atentamente,		
COMISARIO MUNICIPAL.		
TESORERO	RECAUDADOR.	



**INFORME ESTADÍSTICO DE DEFUNCIÓN**

ANTES DE LLENAR ESTE INFORME LEA LAS INSTRUCCIONES

1) OFICINA DE REGISTRO CIVIL DE: ..... Oficina No.	2) PROVINCIA: ..... CANTÓN: ..... PARROQUIA URBANA: ..... ..... PARROQUIA RURAL: ..... 3) FECHA DE INSCRIPCIÓN: Año ..... Mes ..... Día ..... 4) Acta de Inscripción No. ....
--	--

**(A) DATOS DEL FALLECIDO O FALLECIDA**

NOTA: ESTE DOCUMENTO Y SU TRAMITACIÓN SON GRATUITOS

6) SEXO <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	7) FECHA DE NACIMIENTO Año: [ ][ ] Mes: [ ][ ] Día: [ ][ ]	8) FECHA DE FALLECIMIENTO Año: [ ][ ] Mes: [ ][ ]	9) EDAD AL FALLECER Horas: [ ][ ] (Si es menor de 1 día) 1 Días: [ ][ ] (Si es menor de 1 mes) Meses: [ ][ ]	10) LUGAR DE FALLECIMIENTO Provincia: ..... Cantón: ..... Ciudad: ..... Urbana <input type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/>		
12) OCURRIDO EN: <input type="checkbox"/> Establecimiento del Ministerio de Salud <input type="checkbox"/> Establecimiento del IESS <input type="checkbox"/> Otro Establecimiento del Estado <input type="checkbox"/> Hospital, Clínica o Consultorio Particular <input type="checkbox"/> Casa <input type="checkbox"/> Otro		13) CERTIFICADO POR: MÉDICO <input type="checkbox"/> Tratante 1 <input type="checkbox"/> No Tratante 2 <input type="checkbox"/> NO MÉDICO: <input type="checkbox"/> Autoridad Civil o de Policía <input type="checkbox"/> Otro 4 <input type="checkbox"/>		14) ESTADO CIVIL O CONYUGAL (Para personas de 12 años y más) Unido (a) 1 <input type="checkbox"/> Soltero (a) 2 <input type="checkbox"/> Casado (a) 3 <input type="checkbox"/> Divorciado (a) 4 <input type="checkbox"/>		15) RESIDENCIA HABITUAL DEL FALLECIDO (A) (Para menores de 1 año - residencia de la madre) Provincia: ..... Cantón: ..... Urbana <input type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/> Periférica <input type="checkbox"/>
ALFABETISMO E INSTRUCCIÓN (Para personas de 5 años y más) <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		SITUACIÓN DEL EMBARAZO (Sólo para mujeres de 10 a 49 años)				
18) ¿SABÍA LEER Y ESCRIBIR? SI 1 <input type="checkbox"/> NO 2 <input type="checkbox"/>		20) ¿ESTUVO EMBARAZADA CUANDO FALLECIÓ? SI 1 <input type="checkbox"/> NO 2 <input type="checkbox"/> Ignorado 9 <input type="checkbox"/>				
19) ¿QUE NIVEL DE INSTRUCCIÓN TENÍA? 0 Ninguno <input type="checkbox"/> 1 Centro de Alfabetización <input type="checkbox"/> 2 Secundario <input type="checkbox"/> 3 Educación Básica <input type="checkbox"/> 4 Educación Media <input type="checkbox"/> 5 Ciclo Post - Bachillerato <input type="checkbox"/> 6 Superior <input type="checkbox"/> 7 Postgrado <input type="checkbox"/> 8 Se ignora <input type="checkbox"/>		21) EN LAS ÚLTIMAS 6 SEMANAS PREVIAS AL FALLECIMIENTO DIÓ A LUZ? SI 1 <input type="checkbox"/> NO 2 <input type="checkbox"/> Ignorado 9 <input type="checkbox"/>				
		2) ¿RECIBIÓ ATENCIÓN MÉDICA? SI 1 <input type="checkbox"/> NO 2 <input type="checkbox"/> Ignorado 9 <input type="checkbox"/>				

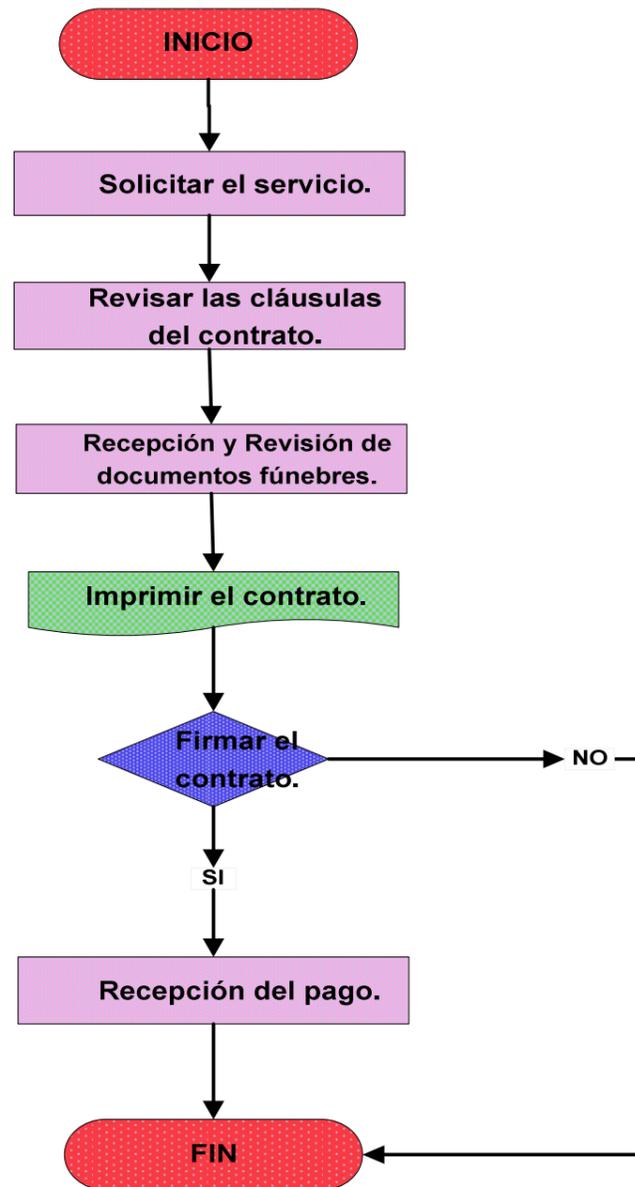
<b>(B) CERTIFICADO MÉDICO DE DEFUNCIÓN</b>																			
<p>Tiempo aproximado entre el comienzo de la</p> <p><b>23) CAUSAS DE DEFUNCIÓN</b></p>	<p><i>Enfermedad o estado patológico enfermedad y la muerte que produjo la muerte directamente *</i> a) .....</p> <p style="text-align: right;"><i>debida a (o como consecuencia de)</i></p> <p><b>CAUSAS ANTECEDENTES:</b> Causas antecedentes o estados morbosos, si existiera alguno, b) .....</p> <p>que produjeron la causa arriba consignada, mencionándose en último lugar, la causa básica o fundamental. c) ..... <span style="float: right; border: 1px solid black; padding: 2px;">  </span></p>																		
<p><b>24) DATOS DEL MÉDICO QUE CERTIFICA</b></p> <p>Registro de Colegio Médico o del M. S. P.</p> <p>Nombres y Apellidos ..... N° .....</p>	<p><b>25) Nombre del establecimiento de salud donde ocurrió la defunción:</b></p> <p>.....</p> <p>Nombre .....</p>																		
<p><b>26) EN CASO DE MUERTE VIOLENTA</b></p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left; border-bottom: 1px solid black;">DONDE OCURRIÓ</th> <th style="text-align: left; border-bottom: 1px solid black;">TIPO</th> <th style="text-align: left; border-bottom: 1px solid black;">INDIQUE LA CLASE DE ACCIDENTE Y LUGAR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="border-right: 1px solid black; vertical-align: top;"> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15px;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 100px;">Accidente</td> <td style="width: 10px; text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Suicidio</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Homicidio</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Indeterminado</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> </table> </td> <td style="border-right: 1px solid black; vertical-align: top;"> <p>GLASE: .....</p> <p>Ej. (caída, ahogamiento, envenenamiento, .....</p> <p>LUGAR: .....</p> <p>Ej. (casa, calle, oficina, lugar de trabajo, etc)</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>En caso de accidente de Tránsito especifique <input type="checkbox"/> (choque, volcamiento, arrollamiento, etc.)</p> </td> </tr> </tbody> </table>	DONDE OCURRIÓ	TIPO	INDIQUE LA CLASE DE ACCIDENTE Y LUGAR	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15px;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 100px;">Accidente</td> <td style="width: 10px; text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Suicidio</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Homicidio</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Indeterminado</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/>	Accidente	1	<input type="checkbox"/>	Suicidio	2	<input type="checkbox"/>	Homicidio	3	<input type="checkbox"/>	Indeterminado	4	<p>GLASE: .....</p> <p>Ej. (caída, ahogamiento, envenenamiento, .....</p> <p>LUGAR: .....</p> <p>Ej. (casa, calle, oficina, lugar de trabajo, etc)</p>	<p>En caso de accidente de Tránsito especifique <input type="checkbox"/> (choque, volcamiento, arrollamiento, etc.)</p>
DONDE OCURRIÓ	TIPO	INDIQUE LA CLASE DE ACCIDENTE Y LUGAR																	
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15px;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 100px;">Accidente</td> <td style="width: 10px; text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Suicidio</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Homicidio</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Indeterminado</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/>	Accidente	1	<input type="checkbox"/>	Suicidio	2	<input type="checkbox"/>	Homicidio	3	<input type="checkbox"/>	Indeterminado	4	<p>GLASE: .....</p> <p>Ej. (caída, ahogamiento, envenenamiento, .....</p> <p>LUGAR: .....</p> <p>Ej. (casa, calle, oficina, lugar de trabajo, etc)</p>	<p>En caso de accidente de Tránsito especifique <input type="checkbox"/> (choque, volcamiento, arrollamiento, etc.)</p>					
<input type="checkbox"/>	Accidente	1																	
<input type="checkbox"/>	Suicidio	2																	
<input type="checkbox"/>	Homicidio	3																	
<input type="checkbox"/>	Indeterminado	4																	
<b>C) MUERTE SIN CERTIFICACIÓN MÉDICA</b>																			
<p><b>28) CAUSA PROBABLE DE LA MUERTE:</b></p> <p>Síntomas: .....</p> <p>.....</p> <p style="text-align: right;">Nombres y Apellidos ..... Firma .....</p> <p style="text-align: right;">Dirección .....</p>																			
<b>D) DATOS DE LA PERSONA QUE SOLICITA LA INSCRIPCIÓN DE LA DEFUNCIÓN</b>																			
<p><b>29) Nombres y Apellidos:</b> .....</p> <p>Edad: ..... Años cumplidos</p>	<p><b>30) RELACIÓN DE PARENTESCO CON EL FALLECIDO QUE INSCRIBE</b></p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">Cónyuge <input type="checkbox"/></td> <td style="width: 10%; text-align: center;">1</td> <td style="width: 60%;">Padres o Suegros <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Hijo (a) <input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Otros Parientes <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Yerno o Nuera <input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Otros no Parientes <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Nieto (a) <input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;">4</td> <td></td> </tr> </table>	Cónyuge <input type="checkbox"/>	1	Padres o Suegros <input type="checkbox"/>	Hijo (a) <input type="checkbox"/>	2	Otros Parientes <input type="checkbox"/>	Yerno o Nuera <input type="checkbox"/>	3	Otros no Parientes <input type="checkbox"/>	Nieto (a) <input type="checkbox"/>	4							
Cónyuge <input type="checkbox"/>	1	Padres o Suegros <input type="checkbox"/>																	
Hijo (a) <input type="checkbox"/>	2	Otros Parientes <input type="checkbox"/>																	
Yerno o Nuera <input type="checkbox"/>	3	Otros no Parientes <input type="checkbox"/>																	
Nieto (a) <input type="checkbox"/>	4																		
<p><b>OBSERVACIONES:</b> .....</p>																			

**ANEXO No. 5**  
**DIAGRAMAS Y FLUJOS DE LOS PROCESOS.**

**PROCESO DE ADMISIÓN DEL CLIENTE.**

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO					
SUJETO EN ESTUDIO: ADMISIÓN DEL CLIENTE.					FECHA:
DEPARTAMENTO: Ventas.					ELABORADO POR: Mayra Haro.
OBJETIVO: Brindar al cliente la mejor atención al momento de requerir información y venta del servicio.					
				ACTIVIDADES	TIEMPO(min)
●				Inicio.	0
	●			Solicitar el servicio por parte del cliente.	25
	●			Revisar las cláusulas del contrato.	30
	●			Recepción y Revisión de documentos fúnebres.	30
		●		Imprimir el contrato.	5
			●	Firmar el contrato.	5
	●			Recepción del pago.	25
●				Fin.	0
<b>TOTAL DEL CICLO</b>					120

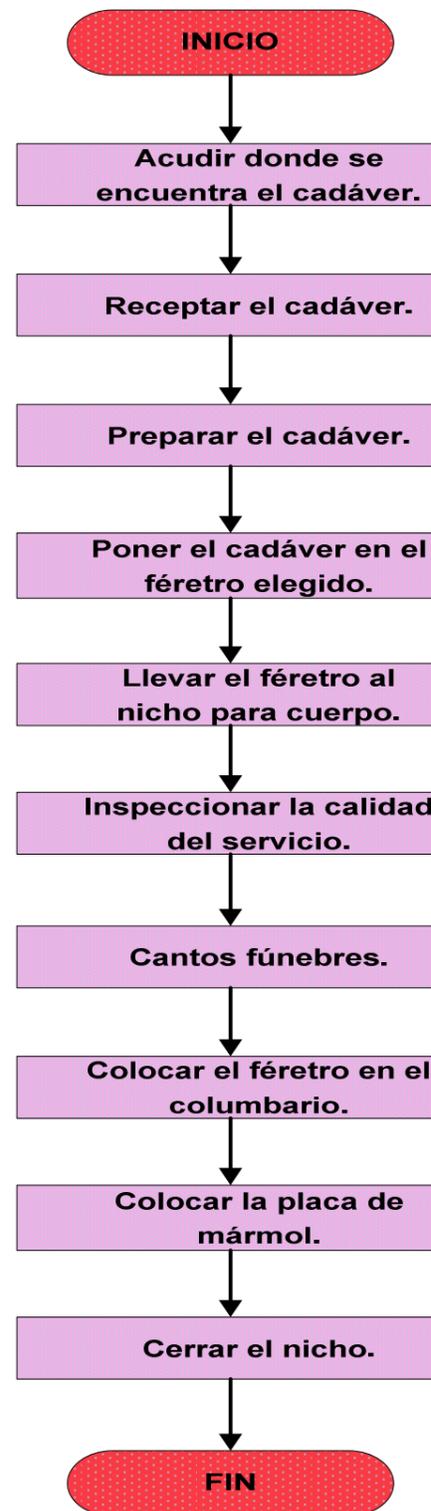
## FLUJO DE ADMISIÓN DEL CLIENTE.



**PROCESO GESTIÓN DE SERVICIOS  
SERVICIO INHUMACION EN NICHOS PARA CUERPOS**

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO					
SUJETO EN ESTUDIO: Servicio de Inhumación en nichos para cuerpos					FECHA:
DEPARTAMENTO: Gestión de Servicios.					ELABORADO POR: Mayra Haro.
OBJETIVO: Brindar al cliente la mejor atención y cumplimiento en la prestación de este servicio.					
○	□	◒	◇	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>TIEMPO(min)</b>
●				Inicio	0
	●			Acudir al lugar donde se encuentra el cadáver en auto corraza.	60
	●			Receptar el cadáver.	30
	●			Preparar el cadáver.	30
	●			Poner el cadáver en el féretro elegido.	10
	●			Llevar el féretro al lugar de entierro designado (nichos para cuerpos).	30
	●			Inspeccionar la calidad del servicio.	30
	●			Cantos fúnebres.	30
	●			Colocar el féretro en el columbario de nichos para cuerpos.	30
	●			Colocar la placa de mármol con la respectiva leyenda y nombre del fallecido.	80
	●			Cerrar el nicho.	30
●				Fin.	
<b>TOTAL DEL CICLO</b>					360

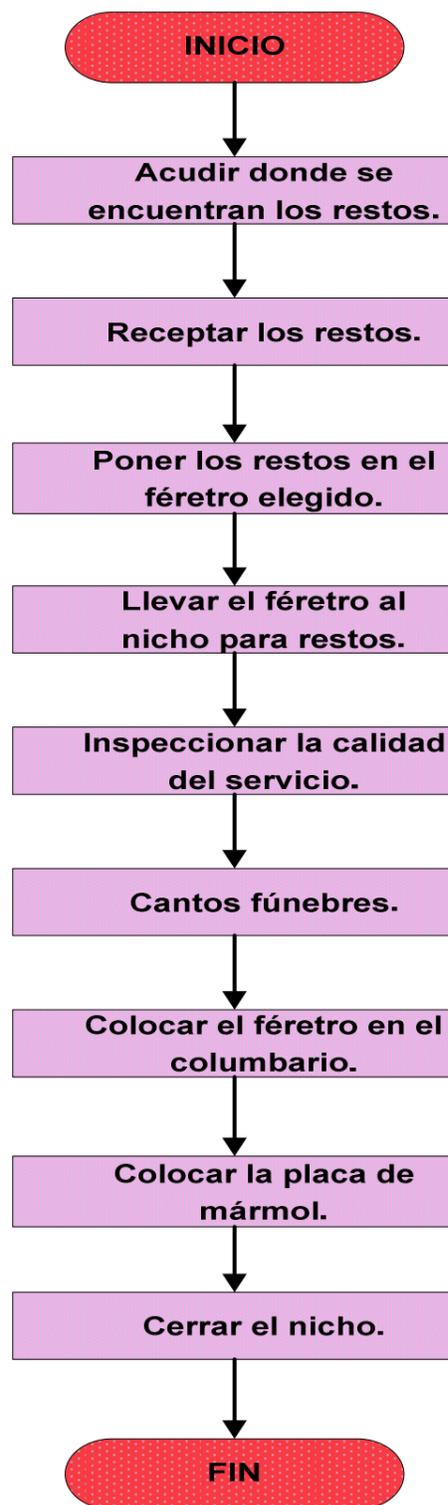
## FLUJO DEL SERVICIO DE INHUMACION EN NICHOS PARA CUERPOS



**PROCESO GESTIÓN DE SERVICIOS  
SERVICIO INHUMACION EN NICHOS PARA RESTOS**

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO					
SUJETO EN ESTUDIO: Servicio de Inhumación en nichos para restos.					FECHA:
DEPARTAMENTO: Gestión de Servicios.					ELABORADO POR: Mayra Haro.
OBJETIVO: Brindar al cliente la mejor atención y cumplimiento en la prestación de este servicio.					
●	□	◊	◇	ACTIVIDADES	TIEMPO(min)
●				Inicio	0
	●			Acudir al lugar donde se encuentra los restos en auto corraza.	60
	●			Receptar los restos.	30
	●			Poner los restos en el féretro elegido.	10
	●			Llevar el féretro al lugar de entierro designado (nichos para restos).	10
	●			Inspeccionar la calidad del servicio.	60
	●			Cantos fúnebres.	30
	●			Colocar el féretro en el columbario de nichos para restos.	30
	●			Colocar la placa de mármol con la respectiva leyenda y nombre del fallecido.	30
	●			Cerrar el nicho.	80
●				Fin.	30
<b>TOTAL DEL CICLO</b>					<b>370</b>

## FLUJO DEL SERVICIO DE INHUMACION EN NICHOS PARA RESTOS



**PROCESO GESTIÓN DE SERVICIOS  
SERVICIO INHUMACION EN TUMBAS EN EL JARDÍN**

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO					
SUJETO EN ESTUDIO: Servicio de Inhumación en tumbas en el jardín.					FECHA:
DEPARTAMENTO: Gestión de Servicios.					ELABORADO POR: Mayra Haro.
OBJETIVO: Brindar al cliente la mejor atención y cumplimiento en la prestación de este servicio.					
				<b>ACTIVIDADES</b>	<b>TIEMPO(min)</b>
●				Inicio	0
	●			Acudir al lugar donde se encuentra el cadáver en auto corraza.	60
	●			Receptar el cadáver.	30
	●			Preparar el cadáver.	30
	●			Poner el cadáver en el féretro elegido.	10
	●			Llevar el féretro al lugar de entierro designado (tumbas en el jardín).	10
	●			Inspeccionar la calidad del servicio.	30
	●			Cantos fúnebres.	30
	●			Colocar el féretro en la tumba.	180
	●			Colocar la placa de mármol con la respectiva leyenda y nombre del fallecido.	80
	●			Cerrar la tumba.	30
●				Fin.	
<b>TOTAL DEL CICLO</b>					490

## FLUJO DEL SERVICIO DE INHUMACION EN TUMBAS EN EL JARDÍN



**PROCESO GESTIÓN DE SERVICIOS  
SERVICIO EXEQUIAL BÁSICO**

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO					
SUJETO EN ESTUDIO: Servicio exequial básico.					FECHA:
DEPARTAMENTO: Gestión de Servicios.					ELABORADO POR: Mayra Haro.
OBJETIVO: Brindar al cliente la mejor atención y cumplimiento en la prestación de este servicio.					
				ACTIVIDADES	TIEMPO(min)
●				Inicio	0
	●			Acudir al lugar donde se encuentra el cadáver en auto corraza.	60
	●			Adecuar la sala de velación.	60
	●			Coordinar el servicio exequial básico	30
	●			Transportar el féretro hacia sala de velación.	25
	●			Inspeccionar la calidad del servicio.	30
	●			Velar el cuerpo.	1020
	●			Celebrar la ceremonia religiosa.	60
	●			Servicio de cafetería (por 6 horas tiempo de este servicio).	360
	●			Trasladar el féretro a su destino final en auto corraza.	30
●				Fin.	
<b>TOTAL DEL CICLO</b>					1675

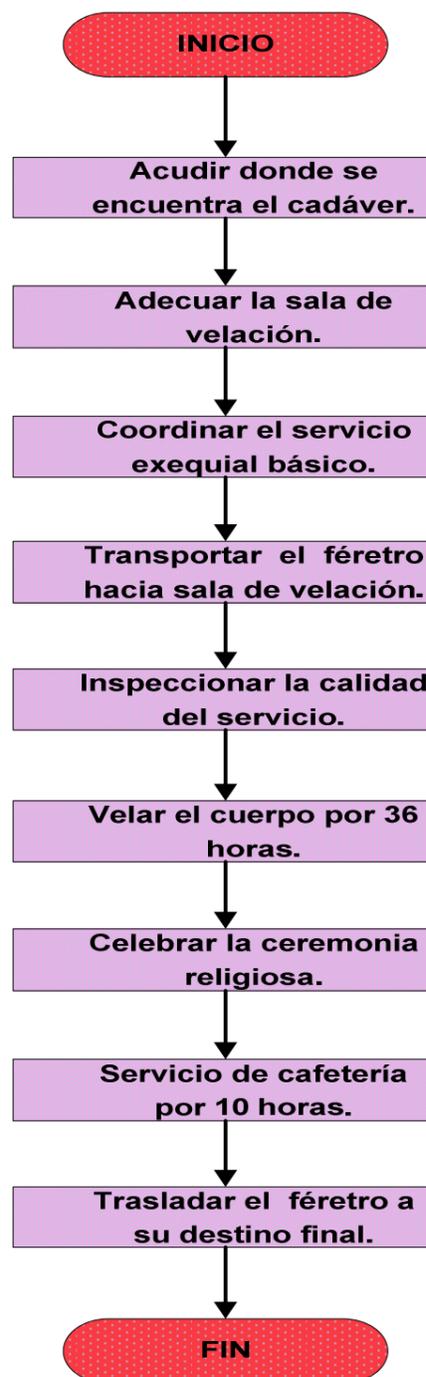
## FLUJO DEL SERVICIO EXEQUIAL BÁSICO



**PROCESO GESTIÓN DE SERVICIOS  
SERVICIO EXEQUIAL ESPECIAL**

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO					
SUJETO EN ESTUDIO: Servicio exequial especial.					FECHA:
DEPARTAMENTO: Gestión de Servicios.					ELABORADO POR: Mayra Haro.
OBJETIVO: Brindar al cliente la mejor atención y cumplimiento en la prestación de este servicio.					
				ACTIVIDADES	TIEMPO(min)
●				Inicio	0
	●			Solicitar el servicio por parte del cliente.	25
	●			Revisar las cláusulas del contrato.	30
	●			Recepción y Revisión de documentos fúnebres.	30
		●		Imprimir el contrato.	5
			●	Firmar el contrato.	5
	●			Recepción del pago.	25
	●			Acudir al lugar donde se encuentra el cadáver en auto corraza.	60
	●			Adecuar la sala de velación.	60
	●			Coordinar el servicio exequial especial.	30
	●			Transportar el féretro hacia sala de velación.	25
	●			Inspeccionar la calidad del servicio.	30
	●			Velar el cuerpo.	1500
	●			Celebrar la ceremonia religiosa.	60
	●			Servicio de cafetería (por 10 horas tiempo de este servicio).	600
	●			Trasladar el féretro a su destino final en auto corraza.	30
●				Fin.	
<b>TOTAL DEL CICLO</b>					2395

## FLUJO DEL SERVICIO EXEQUIAL ESPECIAL



**PROCESO GESTIÓN DE SERVICIOS  
SERVICIO EXEQUIAL PREMIUM**

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO					
SUJETO EN ESTUDIO: Servicio exequial Premium.					FECHA:
DEPARTAMENTO: Gestión de Servicios.					ELABORADO POR: Mayra Haro.
OBJETIVO: Brindar al cliente la mejor atención y cumplimiento en la prestación de este servicio.					
				ACTIVIDADES	TIEMPO(min)
●				Inicio	0
	●			Acudir al lugar donde se encuentra el cadáver en auto corraza.	60
	●			Adecuar la sala de velación.	60
	●			Coordinar el servicio exequial Premium.	30
	●			Transportar el féretro hacia sala de velación.	25
	●			Inspeccionar la calidad del servicio.	30
	●			Velar el cuerpo.	1920
	●			Celebrar la ceremonia religiosa.	60
	●			Servicio de cafetería (por 15 horas tiempo de este servicio).	900
	●			Trasladar el féretro a su destino final en auto corraza.	30
●				Fin.	
<b>TOTAL DEL CICLO</b>					<b>3175</b>

## FLUJO DEL SERVICIO EXEQUIAL PREMIUM



## ANEXO No. 6

### DESCRIPCION DE FUNCIONES DE CARGO.

Título del puesto: Junta General de Accionistas.

<p><b>1.- Naturaleza del Trabajo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer la legislación y normativa que regirá la empresa.</li> </ul>
<p><b>2.- Funciones típicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Declarar dividendos de utilidades que le correspondan a cada socio.</li> <li>• Dictar normas internas y resoluciones que guíen el trabajo en la empresa.</li> <li>• Establecer y normar las políticas que regirán a la empresa.</li> <li>• Analizar y poner en práctica las leyes y reglamentos que regirán para el buen funcionamiento de la empresa.</li> </ul> <p><b>3.- Requisitos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertener como socio activo en la empresa.</li> </ul>

Título del puesto: Gerencia

<p><b>1.- Naturaleza del trabajo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprobar los procedimientos y trabajos que se requieran para una eficiente gestión administrativa.</li> <li>• Organización, planificación, ejecución y control de las actividades generales de la empresa.</li> <li>• Planear y coordinar las actividades del área operacional, así como de las relaciones internas de la empresa.</li> </ul>
<p><b>2.- Funciones típicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Representante legal, judicial y extrajudicial de la empresa.</li> <li>• Cumplir con las disposiciones dadas por la junta de accionistas.</li> <li>• Convocar y asistir a las asambleas de socios.</li> <li>• Redactar y emitir informes de la gestión realizada para conocimiento de los socios.</li> <li>• Coordinar, controlar y supervisar las actividades del personal bajo su mando así como las actividades de la empresa.</li> </ul>

- Actuar con dependencia personal usando su criterio para las soluciones de los problemas inherentes a su cargo.

### 3.- Requisitos

- Experiencia mínima de dos años en actividades similares.
- Título de Ingeniero Comercial o Economista.
- Edad mínima de 30 años.
- Conocimiento medio de computación e inglés medio.
- Certificados de recomendación y honorabilidad.

## Título del puesto: Secretaria - Contadora.

### 1.- Naturaleza del trabajo

- Realizar labores propias de secretaría y brindar asistencia directa al gerente, además diseñar, ejecutar y mantener los sistemas de contabilidad de la empresa.

### 2.- Funciones típicas

#### CONTABILIDAD

- Asesorar al gerente general sobre el estado económico y financiero de la empresa
- Preparar y elaborar Balances y los estados financieros de la empresa, gestionar en la banca créditos y sobregiros,
- Llevar el control estadístico de las ventas mensuales para cruzar la información con la Programación de operaciones.
- Tener al día los libros contables
- Hacer el pago de los impuestos correspondientes
- Elaborar las planillas de los empleados
- Calcular los impuestos sociales y liquidaciones del personal
- Llevar el control de los contratos del personal.

#### SECRETARIA

- Llevar el control de los contratos del personal,
- Recibir y contestar oficios.
- Hacer los trámites de atención de los asegurados.
- Recibir mensajes telefónicos y brindarle información necesaria sobre los servicios que brinda la empresa.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrar reporte de llamadas de clientes.</li> </ul>
<b>3.- Requisitos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de licenciada en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Auditor.</li> <li>• Ser afiliado al Colegio de Contadores.</li> <li>• Certificados de recomendación y honorabilidad.</li> </ul>

**Título del puesto: Cocinera**

<b>1.- Naturaleza del trabajo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener el orden y limpieza de los artículos de la cafetería, atender de los clientes así de la limpieza de la empresa ( administrativa, operativa y áreas comunes)</li> </ul>
<b>2.- Funciones típicas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar los recursos de limpieza que le sean asignados</li> <li>• Preparar y servir alimentos a los familiares y amigos del difunto.</li> </ul>
<b>3.- Requisitos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia laboral mínima un año</li> <li>• Ser amable, paciente y honrada</li> <li>• Certificados de recomendación y honorabilidad.</li> </ul>

**Título del puesto: Guardia**

<b>1.- Naturaleza del trabajo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vigilar las instalaciones de la empresa.</li> </ul>
<b>2.- Funciones típicas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar el ingreso y salida de las personas a la empresa (personal, proveedores, clientes)</li> <li>• Proporcionar información breve sobre los servicios que ofrece la empresa, así como también guiar a las personas que visitan la empresa.</li> </ul>
<b>3.- Requisitos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Bachiller.</li> <li>• Cumplimiento con el Servicio militar obligatorio.</li> <li>• Experiencia laboral mínima dos años.</li> <li>• Certificados de recomendación y honorabilidad.</li> </ul>

**Título del puesto: Conductor /Sepulturero**

<p><b>1.- Naturaleza del trabajo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Movilizar el féretro hacia el lugar de sepultar.</li> <li>• Abertura y Cierre de espacios para inhumación y mantenimiento del Campo Santo.</li> </ul>
<p><b>2.- Funciones típica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado del mantenimiento y cuidado del vehículo.</li> <li>• Conducirá el féretro hasta el Campo Santo.</li> <li>• Encargado del mantenimiento del Campo Santo.</li> <li>• Abertura y cierre de las tumbas y nichos.</li> </ul>
<p><b>3.- Requisitos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Bachiller</li> <li>• Tener licencia profesional.</li> <li>• Conocimientos en cuidados de jardín y nichos.</li> <li>• Certificados de recomendación y honorabilidad.</li> </ul>

**Título del puesto: Tanatopractor.**

<p><b>1.- Naturaleza del trabajo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación de los cuerpos para ser velados.</li> </ul>
<p><b>2.- Funciones típica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la preparación, desinfección, reconstrucción, restauración y preservación de los cadáveres.</li> </ul>
<p><b>3.- Requisitos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Bachiller.</li> <li>• Certificados de cursos de tanatopraxia realizados.</li> <li>• Certificados de recomendación y honorabilidad.</li> </ul>

## **ANEXO No. 7 VENTAJAS DE LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

### **1. DISPOSICIONES GENERALES**

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Esta compañía no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de éste máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

### **2. DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE**

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

### **3. DEL CAPITAL**

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. El monto mínimo de capital suscrito para esta clase de compañía es de 400,00 dólares.

Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

#### **4. DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS**

El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones legales.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

#### **5. DE LA ADMINISTRACIÓN**

La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

**ANEXO No. 8**  
**TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO SOLICITADO**  
**AL BANCO.**

MESES	AMORTIZACION	INTERES	DIVIDENDO	SALDO AMORTIZACION
0				145.000,00
1	3.366,08	1.450,00	4.816,08	141.633,93
2	3.399,74	1.416,34	4.816,08	138.234,19
3	3.433,73	1.382,34	4.816,08	134.800,46
4	3.468,07	1.348,00	4.816,08	131.332,39
5	3.502,75	1.313,32	4.816,08	127.829,63
6	3.537,78	1.278,30	4.816,08	124.291,86
7	3.573,16	1.242,92	4.816,08	120.718,70
8	3.608,89	1.207,19	4.816,08	117.109,81
9	3.644,98	1.171,10	4.816,08	113.464,83
10	3.681,43	1.134,65	4.816,08	109.783,41
11	3.718,24	1.097,83	4.816,08	106.065,17
12	3.755,42	1.060,65	4.816,08	102.309,74
13	3.792,98	1.023,10	4.816,08	98.516,77
14	3.830,91	985,17	4.816,08	94.685,86
15	3.869,22	946,86	4.816,08	90.816,64
16	3.907,91	908,17	4.816,08	86.908,73
17	3.946,99	869,09	4.816,08	82.961,75
18	3.986,46	829,62	4.816,08	78.975,29
19	4.026,32	789,75	4.816,08	74.948,97
20	4.066,59	749,49	4.816,08	70.882,38
21	4.107,25	708,82	4.816,08	66.775,13
22	4.148,32	667,75	4.816,08	62.626,81
23	4.189,81	626,27	4.816,08	58.437,00
24	4.231,71	584,37	4.816,08	54.205,29
25	4.274,02	542,05	4.816,08	49.931,27
26	4.316,76	499,31	4.816,08	45.614,51
27	4.359,93	456,15	4.816,08	41.254,58
28	4.403,53	412,55	4.816,08	36.851,05
29	4.447,56	368,51	4.816,08	32.403,49
30	4.492,04	324,03	4.816,08	27.911,45
31	4.536,96	279,11	4.816,08	23.374,49
32	4.582,33	233,74	4.816,08	18.792,16
33	4.628,15	187,92	4.816,08	14.164,00
34	4.674,43	141,64	4.816,08	9.489,57
35	4.721,18	94,90	4.816,08	4.768,39
36	4.768,39	47,68	4.816,08	<b>-0,00</b>

Elaboración: MAYRA HARO.

## ANEXO No. 9 ANÁLISIS DE SENCIBILIDAD.

- Disminución del precio en un 10%.

### FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	0	221.147,27	291.914,39	385.327,00	508.631,64	671.393,76
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>221.147,27</b>	<b>291.914,39</b>	<b>385.327,00</b>	<b>508.631,64</b>	<b>671.393,76</b>
<b>(-) EGRESOS</b>						
COSTOS TOTALES		148.115,93	162.878,77	180.684,22	204.740,81	238.391,33
15% Partic. Trabajadores		10.954,70	19.355,34	30.696,42	45.583,62	64.950,36
25% Impuesto Renta		15.519,16	27.420,07	43.486,59	64.576,80	92.013,02
Capital pagado préstamo		42.690,26	48.104,45	54.205,30		
<b>(+) Depreciación</b>		<b>16.475,83</b>	<b>16.475,83</b>	<b>16.475,83</b>	<b>15.769,24</b>	<b>15.769,24</b>
<b>(+) Amortización Act. Diferido</b>		<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>
INVERSION INICIAL	-340.179,18					
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>-340.179,18</b>	<b>200.459,21</b>	<b>240.937,80</b>	<b>292.251,69</b>	<b>298.787,00</b>	<b>379.240,47</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-340.179,18</b>	<b>20.688,05</b>	<b>50.976,59</b>	<b>93.075,31</b>	<b>209.844,64</b>	<b>292.153,29</b>

INDICADORES FINANCIEROS	VAN	TIR	P. RECUPERACIÓN			RELACIÓN B/C
			Año	Mes	Día	
	104.924,84	18,59%	3	10	9	1,34

- Disminución del precio en un 20%.

**FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.**

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	0	196.575,35	259.479,46	342.512,89	452.117,01	596.794,45
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>196.575,35</b>	<b>259.479,46</b>	<b>342.512,89</b>	<b>452.117,01</b>	<b>596.794,45</b>
<b>(-) EGRESOS</b>						
COSTOS TOTALES		148.115,93	162.878,77	180.684,22	204.740,81	238.391,33
15% Partic. Trabajadores		7.268,91	14.490,10	24.274,30	37.106,43	53.760,47
25% Impuesto Renta		10.297,63	20.527,65	34.388,59	52.567,44	76.160,66
Capital pagado préstamo		42.690,26	48.104,45	54.205,30		
<b>(+) Depreciación</b>		<b>16.475,83</b>	<b>16.475,83</b>	<b>16.475,83</b>	<b>15.769,24</b>	<b>15.769,24</b>
<b>(+) Amortización Act. Diferido</b>		<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>
INVERSION INICIAL	-340.179,18					
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>-340.179,18</b>	<b>191.551,89</b>	<b>229.180,14</b>	<b>276.731,57</b>	<b>278.300,45</b>	<b>352.198,22</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-340.179,18</b>	<b>5.023,45</b>	<b>30.299,32</b>	<b>65.781,31</b>	<b>173.816,56</b>	<b>244.596,23</b>

INDICADORES FINANCIEROS	VAN	TIR	P. RECUPERACIÓN			RELACIÓN B/C
			Año	Mes	Día	
	8.586,27	10,74%	4	3	6	1,03

- Disminución del precio en un 30%.

**FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.**

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	0	172.003,43	227.044,53	299.698,78	395.602,38	522.195,15
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>172.003,43</b>	<b>227.044,53</b>	<b>299.698,78</b>	<b>395.602,38</b>	<b>522.195,15</b>
<b>(-) EGRESOS</b>						
COSTOS TOTALES		148.115,93	162.878,77	180.684,22	204.740,81	238.391,33
15% Partic. Trabajadores		3.583,12	9.624,86	17.852,18	28.629,24	42.570,57
25% Impuesto Renta		5.076,09	13.635,22	25.290,59	40.558,08	60.308,31
Capital pagado préstamo		42.690,26	48.104,45	54.205,30		
<b>(+) Depreciación</b>		<b>16.475,83</b>	<b>16.475,83</b>	<b>16.475,83</b>	<b>15.769,24</b>	<b>15.769,24</b>
<b>(+) Amortización Act. Diferido</b>		<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>
INVERSION INICIAL	-340.179,18					
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>-340.179,18</b>	<b>182.644,57</b>	<b>217.422,47</b>	<b>261.211,46</b>	<b>257.813,89</b>	<b>325.155,97</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-340.179,18</b>	<b>-10.641,14</b>	<b>9.622,05</b>	<b>38.487,32</b>	<b>137.788,49</b>	<b>197.039,17</b>

INDICADORES FINANCIEROS	VAN	TIR	P. RECUPERACIÓN			RELACIÓN B/C
			Año	Mes	Día	
	-87.752,30	2,04%	4	10	1	0,72

- Disminución del número de usuarios en un 10%.

**FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.**

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	0	221.147,27	291.914,39	385.327,00	508.631,64	671.393,76
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>221.147,27</b>	<b>291.914,39</b>	<b>385.327,00</b>	<b>508.631,64</b>	<b>671.393,76</b>
<b>(-) EGRESOS</b>						
COSTOS TOTALES		139.558,15	152.609,43	168.361,00	189.952,96	220.645,90
15% Partic. Trabajadores		12.238,37	20.895,74	32.544,90	47.801,80	67.612,18
25% Impuesto Renta		17.337,69	29.602,30	46.105,27	67.719,22	95.783,92
Capital pagado préstamo		42.690,26	48.104,45	54.205,30		
<b>(+) Depreciación</b>		<b>16.475,83</b>	<b>16.475,83</b>	<b>16.475,83</b>	<b>15.769,24</b>	<b>15.769,24</b>
<b>(+) Amortización Act. Diferido</b>		<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>
INVERSION INICIAL	-339.488,92					
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>-339.488,92</b>	<b>195.003,62</b>	<b>234.391,09</b>	<b>284.395,64</b>	<b>289.359,74</b>	<b>367.927,76</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-339.488,92</b>	<b>26.143,64</b>	<b>57.523,30</b>	<b>100.931,36</b>	<b>219.271,90</b>	<b>303.466,00</b>

INDICADORES FINANCIEROS	VAN	TIR	P. RECUPERACIÓN			RELACIÓN B/C
			Año	Mes	Día	
	132.584,85	20,78	3	8	14	1,43

- Disminución del número de usuarios en un 20%.

**FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.**

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	0	196.575,35	259.479,46	342.512,89	452.117,01	596.794,45
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>196.575,35</b>	<b>259.479,46</b>	<b>342.512,89</b>	<b>452.117,01</b>	<b>596.794,45</b>
<b>(-) EGRESOS</b>						
COSTOS TOTALES		131.000,36	142.340,08	156.037,79	175.165,10	202.900,47
15% Partic. Trabajadores		9.836,25	17.570,91	27.971,26	41.542,79	59.084,10
25% Impuesto Renta		13.934,69	24.892,12	39.625,96	58.852,28	83.702,47
Capital pagado préstamo		42.690,26	48.104,45	54.205,30		
<b>(+) Depreciación</b>		<b>16.475,83</b>	<b>16.475,83</b>	<b>16.475,83</b>	<b>15.769,24</b>	<b>15.769,24</b>
<b>(+) Amortización Act. Diferido</b>		<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>
INVERSION INICIAL	-338.798,65					
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>-338.798,65</b>	<b>180.640,71</b>	<b>216.086,72</b>	<b>261.019,48</b>	<b>259.445,93</b>	<b>329.572,80</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-338.798,65</b>	<b>15.934,63</b>	<b>43.392,74</b>	<b>81.493,41</b>	<b>192.671,08</b>	<b>267.221,65</b>

INDICADORES FINANCIEROS	VAN	TIR	P. RECUPERACIÓN			RELACIÓN B/C
			Año	Mes	Día	
	63.906,28	15,39	4	0	7	1,21

- Disminución del número de usuarios en un 30%.

**FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA.**

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	0	172.003,43	227.044,53	299.698,78	395.602,38	522.195,15
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>172.003,43</b>	<b>227.044,53</b>	<b>299.698,78</b>	<b>395.602,38</b>	<b>522.195,15</b>
<b>(-) EGRESOS</b>						
COSTOS TOTALES		122.442,57	132.070,74	143.714,58	160.377,24	185.155,04
15% Partic. Trabajadores		7.434,13	14.246,07	23.397,63	35.283,77	50.556,02
25% Impuesto Renta		10.531,68	20.181,93	33.146,64	49.985,34	71.621,02
Capital pagado préstamo		42.690,26	48.104,45	54.205,30		
<b>(+) Depreciación</b>		<b>16.475,83</b>	<b>16.475,83</b>	<b>16.475,83</b>	<b>15.769,24</b>	<b>15.769,24</b>
<b>(+) Amortización Act. Diferido</b>		<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>	<b>345,00</b>
INVERSION INICIAL	-338.108,39					
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>-338.108,39</b>	<b>166.277,80</b>	<b>197.782,35</b>	<b>237.643,31</b>	<b>229.532,12</b>	<b>291.217,84</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-338.108,39</b>	<b>5.725,62</b>	<b>29.262,17</b>	<b>62.055,46</b>	<b>166.070,27</b>	<b>230.977,30</b>

INDICADORES FINANCIEROS	VAN	TIR	P. RECUPERACIÓN			RELACIÓN B/C
			Año	Mes	Día	
	-4.772,29	9,58%	4	3	27	0,98