



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA SALA DE VELACIONES EN LA CIUDAD DE HUACA -
PROVINCIA DEL CARCHI”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS
EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.**

AUTORAS:

ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ
GLORIA MARIA SERRANO CHAMORRO

DIRECTOR:

ECONOMISTA ESTUARDO AYALA

Ibarra, Noviembre, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo consiste en el Estudio de Factibilidad para la creación de una sala de velaciones, llamada “San Pedro de Huaca”, proyecto que será de gran importancia para la ciudad de Huaca. Éste trabajo de investigación, será elaborado con el propósito de favorecer al desarrollo social, económico y ambiental; además será un aporte importante para satisfacer las necesidades de la gente huaqueña y de sus alrededores, trayendo consigo un gran apoyo para los deudos en los momentos de dolor. También dará la oportunidad de mejora las condiciones de la ciudad al momento de ofrecer un servicio exequial de características sociales para los momentos difíciles del fallecimiento, atendiendo los requerimientos de los habitantes a precios bajos, en cómodas instalaciones y con una atención profundamente humana. Implantando el proyecto en la ciudad de Huaca solucionará todas las incomodidades e insatisfacciones que se ha venido sufriendo por no existir una sala de velaciones, esta es una problemática existente que aqueja a toda la sociedad del Cantón. De ser constituida la microempresa ayudará con el progreso y desarrollo de la ciudad y permitirá conseguir un mayor avance micro empresarial en los habitantes.

EXECUTIVE SUMMARY

The present proposal introduces the feasibility on the creation of living revelations called "San Pedro de Huaca". Project, it will be great important in Huaca city. This researching will be developed on social, economic and environmental; additionally. It also is addition to satisfy people's needs from Huaca and its surroundings, bringing strength for the bereaved at difficult times. It also has the opportunity to improve city conditions when offers the funeral service with social characteristics earth, low prices, comfortable and human attention. As real project in Huaca city, it's going to salve discomforts, dissatisfactions that Huaca city has been suffering for lock of living revelations, this is a problem that affect whole society from Huaca. Microenterprise constitute is going to help whit progress and development, ensuring higher advance microenterprise residents.

AUTORÍA

Nosotras , ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ con cédula de ciudadanía número 040105096-8 y GLORIA MARÍA SERRANO CHAMORRO , con cédula de ciudadanía número 040129590-2, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SALA DE VELACIONES EN LA CIUDAD DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI”, que no ha sido presentado en ningún otro grado, ni calificación profesional; y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ
C.I.0401050968

GLORIA MARÍA SERRANO CHAMORRO
C.I.0401295902

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del trabajo de grado presentado por las egresadas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Escuela de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica del Norte: ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ y GLORIA MARÍA SERRANO CHAMORRO para optar por el Título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría CPA cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SALA DE VELACIONES EN LA CIUDAD DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos correspondientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 22 días del mes de Noviembre del 2013.

Firma

EC. ESTUARDO AYALA

CC.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras , ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ, con cédula de ciudadanía número 040105096-8, y GLORIA MARÍA SERRANO CHAMORRO, con cédula de ciudadanía número 040129590-2, manifestamos que nuestra voluntad es el de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador artículos 4,5y 6, en calidad de autores(as) de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SALA DE VELACIONES EN LA CIUDAD DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI” que ha sido desarrollado para optar por el Título de Ingenierías en Contabilidad y Auditoría C.P.A. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada, en concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma _____

Nombre: ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ

Cédula: 0401050968

Firma _____

Nombre: GLORIA MARÍA SERRANO CHAMORRO

Cédula: 0401295902

Ibarra, a los 22 días del mes de Noviembre del 2013

AUTORIZACIÓN DE USO Y DE PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad .Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401050968 0401295902		
APELLIDOS Y NOMBRES:	ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ GLORIA MARIA SERRANO CHAMORRO		
DIRECCIÓN:	PROVINCIA DEL CARCHI, CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA		
EMAIL:	helenmagis@yahoo.es gloriaserrano2009@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2973-696	TÉLEFONO MÓVIL:	0986203721

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SALA DE VELACIONES EN LA CIUDAD DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI”
AUTORAS:	ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ GLORIA MARIA SERRANO CHAMORRO
FECHA:AAAMDD	2013-11-15
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERAS DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR/ DIRECTOR:	ECON. Estuardo Ayala

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ, con cédula de ciudadanía número 040105096-8, y GLORIA MARIA SERRANO CHAMORRO con cedula de ciudadanía número 040129590-2, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 22 días del mes de Noviembre del 2013.

LAS AUTORAS:

(Firma).....

Magaly Rosero

C.C:0401050968

(Firma).....

Gloria Serrano

C.C: 0401295902

ACEPTACIÓN:

Firma).....

Ing. Betty Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Honorable Consejo Universitario

Dedicatoria

El presente trabajo de grado dedico a mis tres grandes amores, a mi hijo Jaidier a mi Madre Alba y a una personita muy especial que aunque ya no este aquí con nosotros lo llevaré en mi corazón por siempre, por estar ahí cuando más los necesite, por su amor, paciencia, comprensión y ese apoyo incondicional que me permitió continuar y no desmayar, sin esfuerzo y sacrificio no hubiese sido posible lograr mi más anhelado sueño, va por ustedes porque los Amo.

MAGALY ROSERO

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento.

A mis Hijas Madelaine y Zulay quienes han sido mi motivación inspiración y felicidad. A mi Esposo por brindarme confianza, amor y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opinión.

A mis Padres por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuestos a escucharme y ayudarme en cualquier momento.

GLORIE FERRAZO

Agradecimiento

A ti mi Padre celestial por tu amor infinito y misericordioso por brindarme la fortaleza necesaria para seguir adelante ante tantos obstáculos que tuve en el camino.

A mi madre, por su constante apoyo y confianza, por ser la persona que me ha guiado y me ha enseñado que todo en esta vida es posible, que para ello hay que luchar y sufrir hasta alcanzar lo esperado.

A mi hijo que es mi inspiración y por el cual luchó día tras día.

A mi compañera de trabajo de grado Gloria Serrano, por esos buenos y malos momentos en que juntas adquirimos experiencias, por ser mi mejor amiga en la que siempre puedo confiar y con la que siempre pude contar.

Y de manera especial a mi director de Trabajo de Grado, el Econ. Estuardo Ayala por brindarme sus valiosos conocimientos y contribuir de una u otra manera en mi formación profesional ya que gracias a su orientación y paciencia he podido culminar con éxito el presente trabajo.

A la Universidad Técnica del Norte casona del saber que me abrió las puertas hacia el conocimiento y la excelencia y a hecho de mí una gran profesional.

MAGALY RODRIGO

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de experiencias.

A mis Hijas por ser la fortaleza y el impulso para seguir adelante. A mi Esposo por el apoyo incondicional. A mis Padres por su apoyo ánimo y bendiciones en todo momento.

Gracias especialmente a Magaly, porque más que mi compañera de tesis, a sido una verdadera Amiga. Por aceptarme como soy, por soportarme, porque hizo que juntas hagamos realidad este sueño.

Agradezco el gesto de colaboración y apoyo al Director de Tesis Economista Estuardo Ayala, por su orientación y profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos y afianzando mi formación como estudiante Universitaria.

GLORINDA FERRAZZO

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Realizar un Estudio de Factibilidad para la creación de una sala de velaciones en la ciudad Huaca- Provincia del Carchi.

Objetivos Específicos

- Realizar el diagnóstico situacional de la ciudad.
- Determinar las bases teóricas científicas que sustenten la investigación.
- Realizar un estudio de mercado que permita determinar oferta, demanda, precios, comercialización y publicidad.
- Realizar un estudio técnico del proyecto, para determinar el tamaño, la localización, infraestructura física e inversiones para el proyecto.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la viabilidad o no del Proyecto.
- Diseñar la organización administrativa, para la microempresa de servicios funerarios en la ciudad de Huaca -Provincia del Carchi.
- Determinar los principales impactos que generará la operación del proyecto.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación está direccionado a la creación de una sala de velaciones, en la ciudad de Huaca, Provincia del Carchi y contiene:

En el Estudio Diagnóstico Situacional, se realizó un análisis que permitió tener un conocimiento real de como se encuentra en la actualidad el cantón San Pedro de Huaca, aquí se detalla datos históricos de la ciudad, geografía, datos estadísticos de la población, nivel de educación, cultura, deporte, salud, turismo, viabilidad, servicios básicos y la actividad productiva, con la finalidad de implementar un diagnóstico general del tema de estudio.

El Marco Teórico se refiere a conceptualizar aspectos relacionados con el desarrollo del trabajo, en donde también se realizará citas bibliográficas como fuente de información y análisis de las mismas.

El Estudio de Mercado, consistió en la valoración de la oferta y la demanda para determinar un segmento de mercado al cual dirigir los servicios funerarios.

En el Estudio Técnico, se estableció la macro y micro localización del proyecto, la ubicación de la microempresa, el diseño arquitectónico de las instalaciones, así como la distribución de las mismas, con el fin de determinar la inversión, localización y la ingeniería del proyecto.

En el Estudio Financiero, se detalla el presupuesto de ingresos, costos y gastos las proyecciones de los mismos y el correspondiente análisis, mismo que ayudó a determinar la viabilidad financiera de la microempresa.

En la Estructura Organizacional y Funcional de la sala de velaciones “San Pedro de Huaca”, constan los lineamientos en los cuales se basará la microempresa para poder cumplir las metas establecidas, esto con una misión, visión, objetivos corporativos, principios y valores que permitan ser un apoyo para el desarrollo de las actividades enfocadas al bienestar de los clientes, adicional a esto se encuentra la parte legal, es decir requisitos y permisos para el funcionamiento.

Impactos, los mismos que fueron analizados cuantitativamente respecto a lo que la implementación del proyecto generará en los ámbitos: social, económico y ambiental obteniendo un impacto general positivo una vez que se ponga en marcha el proyecto.

Nuestra propuesta es clara y precisa el de la **“CREACIÓN DE UNA SALA DE VELACIONES EN LA CIUDAD DE HUACA- PROVINCIA DEL CARCHI”**, para beneficio de toda la ciudadanía huaqueña y sus sectores.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ITEM	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO	II
EXECUTIVE SUMMARY	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y DE PUBLICACIÓN	VII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	XI
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	XIII
PRESENTACIÓN.....	XIV
ÍNDICE DE CONTENIDOS	XVI
INDICE TABLAS	XXI
INDICE CUADROS	XXIV
INDICE GRAFICOS	XXIV
CAPÍTULO I.....	26
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	26
Objetivos del Diagnostico	27
Objetivo General	27
Objetivos Específicos.....	27
Variables del Diagnostico	27
Variables	27
Indicadores	27
Situación Actual de la Ciudad de San Pedro de Huaca	30
Población Urbana y Rural	31
Cultura	34
Deporte	35
Salud	37

Turismo.....	37
Vialidad	42
Servicios Básicos.....	43
Otros Servicios.....	44
Actividades Productivas.....	47
CAPÍTULO II.....	49
2 BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.....	49
La Microempresa	49
Antecedentes.....	49
Definición.....	50
Ventajas.....	51
Desventajas	51
Características de la Microempresa.....	51
Surgimiento de la Microempresa	53
Organización del Sector Microempresarial	53
Tipos de Microempresa	54
SERVICIOS FUNERARIOS.....	54
Definición.....	54
Características de la Sala de Velaciones.....	57
Tipos de Servicios.....	57
Ventajas de los Servicios Funerarios.....	58
ESTUDIO DE MERCADO.....	58
Producto	59
Oferta	59
Demanda	60
Precio.....	61
Comercialización.....	62
Publicidad	62
ESTUDIO TÉCNICO.....	63
Tamaño del Proyecto.....	64
Localización del Proyecto	64
Ingeniería del Proyecto.....	66

Tecnología	66
Procesos Productivos	67
Inversión.....	67
Estudio Financiero	68
Ingresos	69
Egresos.....	70
Estados Financieros	72
Estado de Situación Financiera	72
Estado de Resultados.....	72
Flujo de Caja.....	73
Evaluación Financiera.....	73
Valor Actual Neto (VAN)	73
Tasa Interna de Retorno (TIR)	74
Relación Beneficio Costo	74
Periodo de Recuperación	75
Punto de Equilibrio.....	75
Organización Empresarial.....	76
Visión.....	77
Objetivos Corporativos.....	77
Manual de Funciones.....	77
El Organigrama.....	77
Estrategias Empresariales	78
Impactos	78
Impacto Social	79
Impacto Económico	79
Impacto Ambiental	79
CAPÍTULO III	81
3 ESTUDIO DE MERCADO	81
Objetivo General	81
Objetivos Específicos.....	81
Variables del Diagnostico	81
Variables	81

Indicadores	82
Área de Mercado	84
Identificación de la Población.....	84
Determinación de la Muestra	84
Cuantificación y tabulación de la encuesta	86
Encuesta aplicada a los usuarios del Cantón San Pedro de Huaca	86
Resultado obtenido de la entrevista.....	94
Entrevista aplicada al propietario del salón “La Purita”	94
Identificación del Servicio	95
Servicio Integral	95
Servicio Económico	97
Oferta Actual.....	98
Principales alternativas del servicio funerario	99
Demanda Histórica	99
Demanda Actual	101
Demanda Futura.....	101
Proyección de la Demanda.....	101
Precios.....	103
Comercialización del Servicio	104
Publicidad	105
CAPITULO IV.....	106
4. ESTUDIO TÉCNICO	106
Tamaño del Proyecto.....	106
Localización del Proyecto	106
Macrolocalización	106
Provincia	107
Cantón	107
Microlocalización.....	108
Ingeniería del Proyecto.....	110
Ingeniería Civil	110
Áreas e Infraestructura Requerida para la Microempresa	110
<i>Presupuesto Referencial</i>	114

Procesos del Servicio	114
Inversión	116
Inversiones Fijas	116
Inversiones Diferidas	119
Financiamiento.....	121
Talento Humano	122
CAPITULO V.....	123
5 ESTUDIO FINANCIERO.....	123
Determinación de Ingresos	123
Determinación de Egresos.....	124
Estado de Situación Financiera	136
Proyección de Estado de Resultados Proyectados	137
Flujo de Caja.....	138
Determinación de la Tasa de Redescuento	138
Evaluación Financiera.....	139
Valor Actual Neto (Van)	139
Tasa Interna de retorno (TIR)	140
Relación Beneficio Costo	142
Periodo de Recuperación	144
Punto De Equilibrio	145
6 DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN-ADMINISTRATIVA	148
Trámites de Constitución	148
Requisitos	148
Normativa Legal.....	150
Formulación de la Misión y Visión.....	151
Misión	151
Visión	151
Principios y Valores Corporativos	151
Objetivos Corporativos.....	153
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA	153
Manual de Funciones.....	154
Descripción de Funciones.....	154

Estrategias Empresariales	161
CAPITULO VII.....	165
7 IMPACTOS.....	165
Análisis de Impactos	165
Impacto Social	166
Impacto Económico	168
Impacto Ambiental	169
Impacto Global.....	170
CONCLUSIONES:	172
RECOMENDACIONES:.....	174
BIBLIOGRAFÍA.....	175
LINCOGRAFÍA.....	177
ANEXOS.....	178

INDICE TABLAS

Tabla 1: Coordenadas Geográficas del Cantón	31
Tabla 2: Datos Censales poblacionales del cantón Huaca	32
Tabla 3: Crecimiento demográfico poblacional	32
Tabla 4: Población del Cantón San Pedro de Huaca.....	32
Tabla 5: Estudiantes del Cantón San Pedro de Huaca.....	34
Tabla 6: Actividades económicas de la población.....	47
Tabla 7: Fallecimiento de algún familiar.....	86
Tabla 8: Demanda de los servicios funerarios	87
Tabla 9: Tipo de Servicios	88
Tabla 10: Servicios que le gustaría que se brinde	89
Tabla 11: Beneficios de una Funeraria	90
Tabla 12: Contratación de los Servicios Funerarios.....	91
Tabla 13: Población dispuesta a contratar los Servicios Funerarios.....	92
Tabla 14: Diferentes Tipos de Servicios Funerarios	93
Tabla 15: Cantidad de fallecidos a nivel del Cantón	99
Tabla 16: Cantidad de fallecidos a nivel de la Parroquias	101

Tabla 17: Proyección de la demanda y de la Microempresa	102
Tabla 18: Proyección de la cantidad de servicios	103
Tabla 19: Proyección de Precio	104
Tabla 20: Matriz de Microlocalización	109
<i>Tabla 21: Presupuesto para la construcción de la Microempresa.....</i>	<i>114</i>
Tabla 22 Activo Fijo Terreno	116
Tabla 23: Costo de la Construcción	116
Tabla 24: Costo del Vehículo	117
Tabla 25: Costo de Equipos y Maquinaria	117
Tabla 26: Costo de Implementos	118
Tabla 27: Costo de Equipo de Computo	118
Tabla 28: Costo de Muebles y Enseres	119
Tabla 29: Activos Diferidos	119
Tabla 30: Capital de Trabajo.....	120
Tabla 31: Resumen de Inversiones del Proyecto.....	121
Tabla 32: Fuente de la Inversión.....	121
Tabla 33: Talento Humano	122
Tabla 34: Ingresos Proyectados	124
Tabla 35: Materiales	124
Tabla 36: Costo de mano de obra.....	126
Tabla 37: Proyección de costos indirectos.....	126
Tabla 38: Costo de Producción.....	127
Tabla 39: Sueldo Básico Histórico Mensual.....	127
Tabla 40: Sueldo básico unificado mensual por persona.....	128
Tabla 41: Remuneración anual.....	129
Tabla 42: Proyección de Honorarios.....	129
Tabla 43: Proyección Salarios	129
Tabla 44: Servicios de comunicación.....	130
Tabla 45: Suministros y útiles de limpieza por mes	130
Tabla 46: Suministros y útiles de limpieza por año	131
Tabla 47: Resumen de Gastos Administrativos	131
Tabla 48. Proyección de Gastos de Venta.....	131

Tabla 49: Combustible	132
Tabla 50: Resumen de Gastos Ventas	132
Tabla 51: Amortización del Préstamo	133
Tabla 52: Resumen de Gasto Financiero	133
Tabla 53: Porcentajes de las Depreciaciones	134
Tabla 54: Calculo Depreciaciones	134
Tabla 55: Porcentajes Amortizaciones.....	134
Tabla 56: Calculo de amortizaciones activos diferidos	135
Tabla 57: Resumen de Egresos.....	135
Tabla 58: Estado de Resultados	137
Tabla 59: Flujo de Caja Proyectado	138
Tabla 60: Tasa de Redescuento	138
Tabla 61: Flujos Netos Actualizados.....	140
Tabla 62: Determinación de la TIR	141
Tabla 63: Beneficio – Costo Ingresos	142
Tabla 64: Beneficio – Costo Egresos.....	143
Tabla 65: Flujos Netos de Caja Actualizados	143
Tabla 66: Tiempo de Recuperación de la Inversión.....	144
Tabla 67: Costos Fijos	146
Tabla 68: Costos Variables.....	146
Tabla 69: Proyección del Punto de Equilibrio	146
Tabla 70: Nivel de Impactos	165
Tabla 71: Evaluación del Impacto Social	166
Tabla 72: Evaluación del Impacto Económico	168
Tabla 73: Evaluación del Impacto Ambiental	169
Tabla 74: Matriz de Evaluación Global de los Impactos	170

INDICE CUADROS

Cuadro 1: Matriz de Relación Diagnostica	29
Cuadro 2: Matriz AOOD	48
Cuadro 3: Matriz de Relación Diagnóstica	83
Cuadro 4: Flujograma del Proceso de Servicios	115
Cuadro 5: Reglamento Interno	162
Cuadro 6: Código de Ética	164

INDICE GRAFICOS

Gráfico 1: Ciudad de Huaca	30
Gráfico 2: Grupos de danza y bandas de pueblo	35
Gráfico 3: Santuario de Nuestra Señora de la Purificación de Huaca	38
Gráfico 4: Parque Central	39
Gráfico 5: Reserva Biológica “GUANDERAS”	40
Gráfico 6: Ceja de Montaña	41
Gráfico 7: Objetos de cerámica del Museo Arqueológico	42
Gráfico 8: Restaurante “Los Helechos”	45
Gráfico 9: Restaurante “El Mirador”	45
Gráfico 10: Plato típico Cuy con papas	46
Gráfico 11: Plato típico Hornado con mote	46
Gráfico 12: Datos estadísticos sobre el Fallecimiento	86
Gráfico 13: Datos estadísticos de la demanda de servicios funerarios	87
Gráfico 14: Datos estadísticos de los Tipos de servicios	88
Gráfico 15: Datos estadísticos de servicios que se brinde	89
Gráfico 16: Datos estadísticos de los beneficios de una Funeraria	90
Gráfico 17: Datos estadísticos de la contratación de los Servicios	91
Datos estadísticos de la contratación de los Servicios Funerarios	91
Gráfico 18: Datos estadísticos de la población dispuesta a contratar los Servicios Funerarios	92

Gráfico 19: Datos estadísticos de los diferentes tipos de servicios.....	93
Gráfico 20: Cantidad Mensual de fallecidos a Nivel del Cantón	100
Gráfico 21: Demanda que tomará la Microempresa	102
Gráfico 22: Macrolocalización del Proyecto	108
Gráfico 23: Croquis de Microlocalización	110
Gráfico 24: Organigrama de la Microempresa Sala de Velaciones.....	154

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Huaca, uno de los pueblos más antiguos del Carchi y el cual ha conservado su nombre ancestral. Se constituye uno de los cantones más jóvenes de la provincia del Carchi cuenta con: dos parroquias una urbana Huaca y una rural llamada Mariscal Sucre, fue creada el 8 de Diciembre de 1995 con el apoyo mancomunado de todo el pueblo Huaqueño. Desde el punto de vista etimológico el nombre de la región no es Huaca sino “Guacán”, que en lengua pasto quiere decir Madre o Pueblo muy antiguo, es una zona eminentemente agrícola y ganadera, su pueblo se caracteriza por su formidable colaboración al trabajo mingüero. Es un cantón religioso por excelencia en donde se venera a la Virgen de la Purificación o la “Purita” como cariñosamente se la llama, considerada desde 1955 “LA REINA DE LAS PROVINCIAS DEL NORTE ECUATORIANO”, según consta en la página web del Municipio de San Pedro de Huaca.

Se encuentra ubicado al noreste de la Provincia del Carchi, a una altitud de 2.952 metros sobre el nivel del mar, la ciudad de Huaca se desarrolla a lo largo de la vía panamericana, que une Quito con Tulcán, de manera más poblada en el lado oriental de la misma.

Lugar majestuoso donde el cerro mirador se levanta en la cordillera oriental cubierto de extensos jardines de frailejones, con pajonales dotados de una colorida diversidad de plantas floridas, junto con la espinosa achupalla que es el manjar de los osos de anteojos símbolo faunístico de nuestro mirador.

En días despejados podemos admirar los nevados volcanes que se levantan en la cordillera central de los andes, es la esponja que provee del agua permanente a los habitantes de la ciudad de Huaca.

1.1 Objetivos del Diagnóstico

1.1.1 Objetivo General

Elaborar el diagnóstico situacional de la ciudad de San Pedro de Huaca, con la finalidad de conocer la situación actual y los aspectos que intervienen en la investigación de factibilidad para la creación de una sala de velaciones en la ciudad de Huaca, con el fin de brindar prestación de calidad acorde a las necesidades de los habitantes y contribuyendo así al desarrollo de la ciudad.

1.1.2 Objetivos Específicos

1.1.2.1 Conocer la situación socioeconómica de la ciudad de San Pedro de Huaca.

1.1.2.2 Determinar las actividades productivas de la ciudad de San Pedro de Huaca.

1.1.3 Variables del Diagnostico

Una vez establecido variables e indicadores se ha relacionado y determinado para cada uno de estos la técnica de investigación científica que sea más apropiada para captar la información; requerida, por lo tanto, todo lo manifestado se puede visualizar y relacionar horizontalmente en la siguiente matriz:

1.1.3.1 Variables

- Situación socioeconómica
- Actividades productivas

1.1.3.2 Indicadores

a. Indicadores de la variable situación socioeconómica

- ✓ Crecimiento demográfico y poblacional
- ✓ Existencia de establecimientos educativos
- ✓ Situación cultural
- ✓ Existencia de centros de salud
- ✓ Existencia de atractivos turísticos
- ✓ Calidad de vialidad
- ✓ Tipos de servicios

b. Indicadores de la variable actividades productivas

- ✓ Tipos de actividades

Cuadro 1:

Matriz de Relación Diagnostica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICA	FUENTES
Conocer la situación socioeconómica de la ciudad de San Pedro de Huaca.	SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA	Crecimiento demográfico y poblacional. Existencia de establecimientos educativos. Situación cultural. Existencia de centros de Salud. Existencia de atractivos turísticos. Calidad de vialidad. Tipos de servicios.	Observación	Páginas de Internet Revistas Bibliografías
Conocer las actividades Productivas de la ciudad de San Pedro de Huaca.	ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	Tipos de Actividades	Observación	Páginas de Internet Revistas Bibliografías

1.2 Situación actual de la ciudad de San Pedro de Huaca

Gráfico 1:
Ciudad de Huaca



La ciudad de San Pedro de Huaca es la cabecera cantonal del cantón del mismo nombre, creado en 1995 a partir de la parroquia que pertenecía al cantón Tulcán, que forma parte de la Provincia del Carchi en la región interandina.

La ciudad de Huaca está ubicada a pocos minutos de la ciudad de Tulcán, su territorio limita al norte con la Parroquia Julio Andrade del Cantón de Tulcán, al sur con la Parroquia Mariscal Sucre, al este con el río Obispo y

al oeste con el río Huaca. Las coordenadas geográficas de sus puntos más extremos son:

Tabla 1
Coordenadas Geográficas del Cantón San Pedro de Huaca.

Limites	Coordenadas
Al Norte:	10071620N-196796E
Al Sur:	10067600N-194000E
Al Este	10069000N-197000E
Al Oeste	10069600N-195375E

Fuente: Página web del municipio de San Pedro de Huaca

Elaborado por: Autoras

Las dependencias con las que cuenta la ciudad de Huaca son las siguientes:

- Alcaldía
- Patronato de amparo social
- Subcentro de salud
- Registro civil
- Consejo Cantonal de la Niñez y la Adolescencia
- Registro de la propiedad
- Notaría
- Jefatura Política
- Comisaría
- Destacamento de Policía
- Cuerpo de Bomberos
- Liga Deportiva Cantonal

1.3 Población Urbana y Rural

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos los datos estadísticos poblacionales del cantón Huaca se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 2:
Datos Censales poblacionales del cantón Huaca.

DATOS GENERALES							
AÑOS	SECTOR	1962	1974	1982	1990	2001	2010
		Urbano	941	1.500	1.654	2.069	2.363
Rural		2.843	3.812	4.263	4.416	3.149	3765
TOTAL		3.784	5.302	5.917	6.485	5.512	7.624

Fuente: INEC

Elaborado por: Autoras

Tabla 3:
Crecimiento demográfico poblacional

Crecimiento demográfico poblacional							
ÍNDICE DE CRECIMIENTO	DE	1962	1974	1982	1990	2001	2010
				-6.61	4.04	1.15	2.80

Fuente: INEC

Elaborado por: Autoras

De acuerdo con los datos poblacionales del último Censo del INEC realizado en el año 2010, la población de Huaca llegó a 7624, según se demuestra en el cuadro siguiente:

Tabla 4:
Población del cantón San Pedro de Huaca

Parroquias	Hombres	Mujeres	Total	%
Huaca	1937	1922	3859	51%
Mariscal Sucre	1910	1855	3765	51%
TOTALES	3847	3777	7624	100%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autoras

La ciudad de Huaca está conformada por 17 barrios los cuales son: Norte, Centro, Sur, Juan Bautista, Primero de Mayo, San Francisco, Pajablanca,

San Pedro, la Calera, Picuales, Pispud, San José, Cuaspud, el Rosal, Yamba, San Luis y Guananguicho. La mayoría de sus viviendas son unifamiliares de una, dos y tres plantas, tiene un desarrollo longitudinal, paralelo a la vía panamericana con un desnivel de 144 metros y pendientes del terreno que varían entre el 1 al 10%, con un relieve ligeramente ondulado. Transversalmente limita con los ríos Obispo y Huaca, con pendientes del terreno que varían entre el 2 y 40%, el relieve de esta sección tiene laderas pronunciadas, que son utilizadas en labores agrícolas. La cota en el parque central es de 2928,90 msnm.

De acuerdo a la metodología propuesta por Thornthwaite y fundamentado en la eficiencia térmica de la región, el clima de la región interandina y de la zona del proyecto, se clasifica como Ecuatorial Mesotérmico Semi húmedo, donde la pluviometría anual, está distribuida en dos estaciones lluviosas y alcanza valores comprendidos entre los 500 y 2.000 mm. Las temperaturas medias se sitúan entre 10 y 20 °C y la humedad relativa entre el 65 y 85%.

1.4 Educación

Etimológicamente la educación tiene dos significados: educare que significa “conducir” llevar a un hombre de un estado a otro; y educere que significa extraer sacar algo de dentro de ser. Dado que la educación presupone una dirección, una intencionalidad, es la transmisión del conocimiento para lograr la transformación integral del ser humano.

Una de las definiciones más interesantes propone el más grande pensador, Aristóteles, que dice: “La Educación consiste en dirigir los sentimientos de placer y dolor hacia el orden ético”. En otro orden la educación se considera un proceso que se materializa, en la serie de habilidades, conocimientos, actitudes y valores adquiridos, produciendo cambios de carácter social, intelectual, emocional.

La educación primaria y secundaria se realiza dentro de la localidad a través de los siguientes centros educativos:

Tabla 5:
Estudiantes del cantón San Pedro de Huaca

Instituciones	Hombres	Mujeres	Total
Colegio Nacional Huaca	348	263	611
Colegio Artesanal 24de Mayo	1	33	34
Escuela Manuel M Velasco	205	159	364
Escuela Santa Marian de Jesús	134	113	247
Escuela 10 de Agosto	165	135	300
TOTAL	853	703	1556

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autoras

Desde el punto de vista la educación es la actividad más trascendente del ser humano porque complementa un conjunto de acciones, saberes, habilidades, destrezas, compromisos, que contribuyen al proceso formativo e integral del ser humano que enriquece la práctica de valores, actitudes que facilitan la convivencia armónica y solidaria, donde la integración, compartimiento en el referente de significación que tributa la ciudadanía de Huaca a los hijos de su tierra.

1.5 Cultura

“La cultura es la expresión de la idiosincrasia de un pueblo, es el sello de la identidad, es un patrimonio universal, la herencia cultural un donativo para engrandecer a la tierra que nos vio nacer, la historia nos identifica a través de su herencia, ya que la cultura es un patrimonio sagrado cuya integridad y desarrollo constituirá el ejemplo de las generaciones venideras. La cultura refleja los ideales, aspiraciones, el modo de pensar y de sentir, las angustias y anhelos de un pueblo es decir su vida”. Huaca es un emporio de sueños y esperanzas, de realizaciones que se reflejan

en las distintas manifestaciones de sus organizaciones sociales a través de su pluriculturalidad e interculturalidad se expresa a través de la música, poesía, pintura, escultura, teatro, bandas de pueblo y los grupos de danza, que recrean el espíritu de todos sus habitantes y siembran armonía y unidad.

Gráfico 2:

Grupos de danza y bandas de pueblo



1.6 Deporte

El deporte es una actividad física que contribuye a mantener y mejorar la salud corporal y emocional, quienes lo practican suelen sentirse más satisfechos y experimentan subjetivamente un mayor bienestar. Se lo realiza en espacios o áreas determinadas, se asocia con la competitividad deportiva.

Gracias al deporte se establece relaciones sociales entre diferentes personas y culturas, y así contribuye a inculcar la noción de respeto hacia los otros, enseñando cómo competir constructivamente. De la misma manera, otro de los valores en el deporte es el aprendizaje de cómo ganar y cómo saber reconocer la derrota sin sacrificar las metas y los objetivos.

En la actualidad el deporte Huaqueño está regido por algunas instituciones:

Gobierno Autónomo Descentralizado de San Pedro de Huaca.- Se encarga de realizar eventos deportivos a nivel de instituciones educativas y barrios.

Dirección de Educación del Carchi a través de la Unidad Territorial Educativa UTE N 2.- se encarga de realizar eventos deportivos a nivel de Educación Primaria.

Liga Deportiva Barrial San Pedro de Huaca.- mediante convenios de cooperación interinstitucional, se encarga de la masificación y práctica del deporte a través de la realización de actividades deportivas dirigidas a los niños, mujeres, jóvenes y adultos de una manera eminentemente recreativa.

El deporte se lo practica durante todo el año cabe indicar que las disciplinas que más se ejerce dentro del Cantón son:

- **Futbol**
- **Ecua vóley**
- **Ciclismo**

Como resultado del trabajo que hacen las instituciones que velan por el deporte se ha obtenido grandes logros, en términos de la niñez y la juventud por que ellos han sido los portadores de la gloria en otros medios.

Es importante señalar que en la localidad se hace necesario el incremento de una gran infraestructura en lo que respecta a escenarios deportivos integrales, ya que en la actualidad únicamente existe un estadio que es utilizado para la práctica del futbol y un mini-coliseo que se lo utiliza un mes todos los años para realizar eventos deportivos a nivel de instituciones educativas y barriales.

1.5 Salud

Para la atención de la salud de los habitantes, Huaca cuenta con un Subcentro que brinda atención a la población, las enfermedades que predominan según los profesionales son las producidas por problemas sanitarios de la ciudad. El consumo de agua no tratada trae consecuencias preocupantes afectando mayormente a la población infantil con enfermedades gastrointestinales sin embargo no existen estadísticas relacionadas con índices de mortalidad y morbilidad relacionados con los servicios de agua, pero la deficiencia en el servicio contribuye al aumento de los casos de enfermedades parasitarias.

La salud es un derecho de todo ser humano, por consiguiente es un deber del Estado garantizar su servicio a través de los organismos públicos que se preocupen en brindar una salud preventiva para atender las desigualdades físicas, psíquicas y sociales originadas en diferencias de orden biológico, nutricional, familiar y ambiental mediante programas especiales y acciones articuladas con otras instituciones comunitarias que garantizan una salud integral en la población.

1.6 Turismo

El turismo constituye uno de los atractivos que despiertan el interés de la colectividad donde confluyen los turistas motivados por variados encantos que ofrecen las distintas ciudades y países del mundo. El Cantón San Pedro de Huaca cuenta con centros turísticos que a continuación se detallan:

a. Santuario de Nuestra Señora de la Purificación de Huaca

El Santuario de Nuestra Señora de la Purificación de Huaca es un atractivo turístico religioso, uno de los santuarios más admirados de la provincia, donde se venera a la “Purita Bendita” como le dicen sus

devotos, con cuatrocientos años de antigüedad la veneración y la fiesta religiosa de la Virgen de la Purificación es la más importante del Norte del Ecuador y Sur de Colombia.

Su día central es el 2 de febrero celebrando una misa campal en el estadio de la ciudad con la asistencia por lo menos de cinco mil personas, pero sus festividades duran un mes, donde barrios comunidades y grupos celebran día tras día sus fiestas con misas, vísperas, quemas de castillos y juegos pirotécnicos, como parte de la tradición y cultura del pueblo huaqueño.

Además conservan maravillosos diseños de mantos de la virgen, tejidos y bordados con hilos de oro, constituyéndose en uno de los más destacados atractivos de Huaca.

Gráfico 3:

Santuario de Nuestra Señora de la Purificación de Huaca

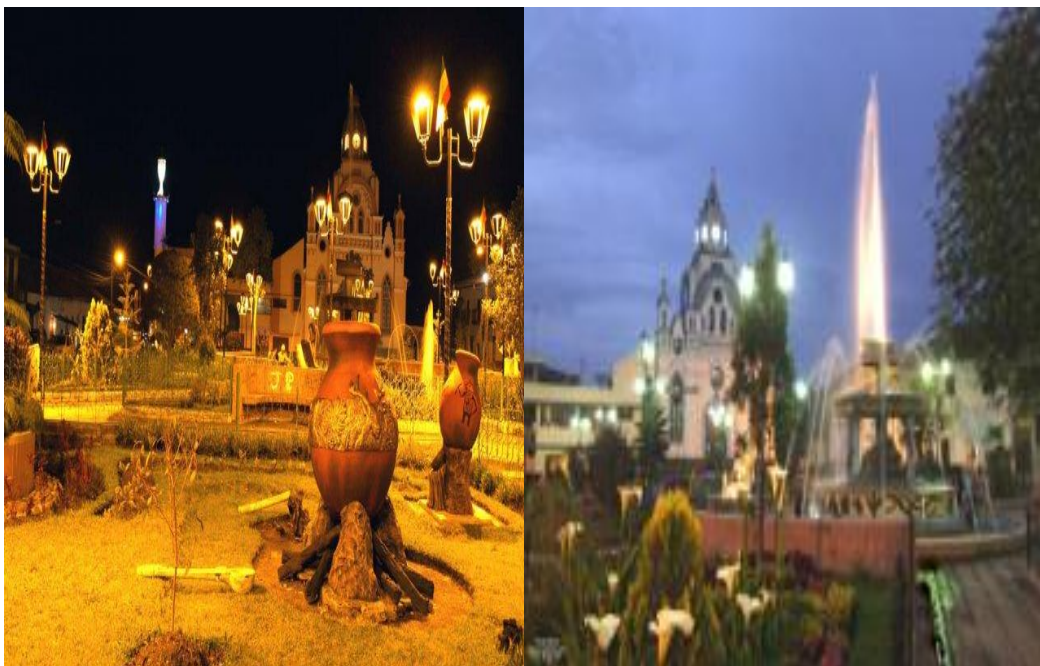


b. Plaza y Parque central

Donde se destaca la iglesia de la Virgen de la Purificación, su parque adornado con piletas, árboles y flores. Qué en la noche se ilumina para brindar a sus visitantes un ambiente acogedor propicio para tomar un hervido y admirar el entorno.

Gráfico 4:

Parque Central



c. Reserva Biológica “Guanderas”

Se encuentra ubicado a 14km al sur Oriente de la ciudad de Huaca conformado por bosques primarios y secundarios considerado el último remanente del bosque montano alto interandino y páramo.

Tiene una extensión de 1000 hectáreas de las cuales 600 son de páramo y 400 de bosque con diversidad de fauna y flora, alberga gran cantidad de aves no menos de 140 especies endémicas y otras que han sido descubiertas en el sitio como el Tucán de colores. En los alrededores de

la estación se han instalado jardines botánicos e invernaderos, quienes lo visiten quedan deslumbrados por la majestuosidad de sus parajes.

Se puede practicar caminatas deportivas durante la cual se puede apreciar la vista de los pantanos y lagunas que rodea al extenso paramo de frailejones, pesca, trekking, fotografía, educación ambiental, avistamiento de aves y orquídeas.

Gráfico 5:
Reserva Biológica “GUANDERAS”



d. Ceja de Montaña

Después de la línea de bosque a unos 3650msnm se encuentra una transición abrupta dando lugar a otro inusual y espectacular ecosistema, el extenso y abierto panorama andino con sus jardines de frailejones de hojas aterciopeladas, diversidad de plantas floridas, junto con la espinosa “achupalla” comida favorita del Oso de Anteojos.

En días despejados se admira los nevados y volcanes que se levantan en el valle de la Cordillera Central de los Andes.

Gráfico 6:

Ceja de Montaña



e. Museo Arqueológico

Se encuentra junto al Santuario de la Vicaria Foránea de Huaca, el cual tiene una gran muestra de joyería en metal, al igual que objetos de cerámica de los Pastos- Quillasingses, obras y documentos de índole religioso que es de gran interés para quienes tienen la oportunidad de observar las colecciones realizadas por el Padre Juan Bautista Escudero.

Gráfico 7:

Objetos de cerámica del Museo Arqueológico



Forman parte del turismo de Huaca, además, los parques Nacionales y atractivos naturales, que brindan alojamiento, entre otros. Es importante destacar su gastronomía que es el deleite por su variedad y especialidad de quienes visitan Huaca.

1.7 Vialidad

La ciudad de Huaca está comunicada con las ciudades principales a través de la vía panamericana, y se encuentra a una distancia de 25 km de la ciudad de Tulcán, y 95 km de la ciudad de Ibarra. Se encuentra en construcción la vía interoceánica que conectará con la ciudad de Nueva Loja.

La trama vial de la ciudad está compuesta por vías asfaltadas, adoquinadas, lastradas y empedradas, de uso continuo que comunican a la ciudad con las parroquias aledañas.

La ciudad de Huaca cuenta con servicio de transporte; taxis ruta, bus público Huaca - Julio Andrade, transporte interprovincial entre la ciudad de Huaca y Tulcán. Las vías de comunicación integran zonas agrícolas y

ganaderas que permite desarrollar una economía agrícola donde el transporte facilita llevar los productos desde los sectores productivos a los centros de consumo.

1.8 Servicios Básicos

Las diferentes dependencias gubernamentales al igual que los gobiernos locales y provinciales se han preocupado por atender en especial los servicios básicos como son:

a. Energía Eléctrica

Se cuenta con servicio de energía eléctrica, con una cobertura del 100%, las 24 horas del día, lo que permite satisfacer las necesidades del sector comercial y la de los usuarios de todo el cantón.

b. Agua Potable

La ciudad está actualmente abastecida por el sistema del río Chingual y las fuentes superficiales del sector Solferino, tiene una cobertura de agua potable del 100%, de la cual el 60% es abastecido por el sistema del río Chingual a través de la planta de tratamiento de Yamba, para los sectores norte y centro de la ciudad; el sector sur esta complementado por el sistema solferino mediante la planta de tratamiento de la Purificación.

Dentro de la cobertura descrita, existen 1004 conexiones domiciliarias de las cuales 849 (84,6%) registran un consumo y las restantes 155 (15,4%) corresponden a edificaciones no habitadas. De acuerdo al catastro de usuarios y consumos.

c. Alcantarillado

La ciudad de Huaca cuenta con una cobertura del 80% de alcantarillado, a través de un sistema combinado construido hace 22 años, compuesto por redes principales y secundarias cuyas aguas hervidas se descargan

directamente a los ríos Obispo y Huaca, se está construyendo una planta que posteriormente entrará en servicio para reducir la contaminación ambiental.

Además, cuenta con una planta de tratamiento para aguas residuales, pero hasta el momento no entra en servicio.

1.9 Otros Servicios

a. Medios de Información y Comunicación

La ciudad de Huaca cuenta con multiplicidad de servicios complementarios como la telefonía móvil, Internet, telefonía fija, cuenta además con una radioemisora frontera, medios de información: el Mirador, el Comercio y el Norte, señales de televisión Norvisión, Canal Uno y TV Cable.

b. Servicios Hoteleros y Restaurantes

En cuanto a los servicios hoteleros cuenta con: la Casa Peregrina; restaurantes y picanterías, “los Helechos”, “el Mirador”, “la Carpa”, “el Oso de Anteojos”, que brindan un esmerado servicio, donde puede degustar comida típica como: hornado con mote, papas asadas , morocho con leche , cuy con papas , tortillas de tiesto, arroz de cebada, choclos con queso, habas cocida y el delicioso champús; para satisfacer paladares más exigentes, lo que constituye un atractivo gastronómico de primer orden.

Gráfico 8:

Restaurante “Los Helechos”



Gráfico 9:

Restaurante “El Mirador”



Gráfico 10:

Plato típico Cuy con papas



Gráfico 11:

Plato típico Hornado con mote



c. Servicio de Transporte

A todo lo expuesto se suma el servicio de transporte con las cooperativas de buses con un recorrido Huaca, Julio Andrade, la Compañía de taxis ciudad de Huaca y la cooperativa de camionetas “Guanderas”

d. Servicios Generales

La ciudad de Huaca cuenta con un campo santo llamado “Jardín de los Recuerdos”, que da el servicio para la inhumación de los seres queridos, donde se brinda el último adiós con discursos alusivos a la vida del extinto, haciendo hincapié de todo su legado que como parte de la familia desarrolló y a la vez, se constituya en un referente para todos sus allegados.

1.10 Actividades Productivas

La actividad principal de la población es eminentemente agrícola y ganadera cuyas actividades económicas garantizan el sustento y desarrollo de la población.

Dentro de la actividad agrícola existen cultivos de: papas, cebolla, habas que son los más cultivados. En cuanto a la ganadería existe ganado vacuno de producción de carne y leche dando lugar a la creación de microempresas dedicadas a la elaboración de productos lácteos como quesos, yogures, leche.

Tabla 6
Actividades económicas de la población.

ACTIVIDAD	FRECUENCIA	%
Agricultura y ganadería	1.581	80,46
Explotación de minas y canteras	2	0,10
Industrias y manufacturas	87	4,43
Construcción	68	3,46
Comercio	127	6,46
Servicios	9	0,46
Transporte y telecomunicaciones	91	4,63
TOTAL	1.965	100,00

Fuente: INEC, CENSO 2001

Elaborado por: Autoras

**Cuadro 2:
Matriz AOOR**

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Calidad del servicio. • Personal capacitado. • Precios accesibles. • Buena atención al cliente. • Manejo adecuado de desechos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prestación de los servicios para la población, única en el cantón • No existe competidores para la microempresa sala de velaciones. • Disponibilidad de herramientas y difusión publicitarias. • Productos y servicios innovadores.
OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • No tiene posicionamiento en el mercado por ser un a microempresa en creación 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios difíciles de vender en cuanto a la sensibilidad del tema. • Preferencias tradicionales por parte de las familias para llevar a cabo las honras fúnebres en lugares específicos. • Costos altos de la inversión por lo que no se puede disminuir al límite los precios de venta.

laborado por: Las Autoras

CAPÍTULO II

2 BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1 La Microempresa

2.1.1 Antecedentes

En los últimos años la mayoría de los gobiernos de los países subdesarrollados ha iniciado un proceso sostenido de atención y fomento a las microempresas. Este proceso ha sido reforzado con la participación de organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, Banco Mundial, OIT

La más importante justificación de esta reciente tendencia de enfrentamiento al problema de la pobreza y de la inequidad creciente en la distribución de la riqueza es la alta incidencia de la microempresa en la generación de puestos de trabajo.

Con el propósito de impulsar y fomentar el desarrollo del sector microempresarial del Ecuador, en el 2004 se constituyó una instancia de alto nivel para establecer las políticas que permitan a la organización, el fortalecimiento y crecimiento de las microempresas y sus organizaciones gremiales creada según decreto N° 2086 del Registro Oficial N° 430 del 28 de Septiembre del 2004, bajo el Art.1, denominado “Consejo Nacional de la Microempresa” CONMICRO, con sede en la ciudad de Quito, con patrimonio y Fondos propios como organismo coordinador, promotor y facilitador de las actividades de la Microempresa del País. Definición establecida en el Decreto Ejecutivo No. 2086 (sep. 14 de 2004) de creación del Consejo Nacional de la Microempresa, que en el Art. 3 señala lo siguiente:

“Entiéndase por microempresa la unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales que tiene las siguientes características:

- ✚ Actividades de producción, comercio o servicios, en los subsectores de alimentos, cerámico, confecciones -textil, cuero y calzado-, electrónico -radio y TV-, gráfico, químico-plástico, materiales de construcción, maderero, metalmecánica, transporte, restaurantes, hotelería y turismo ecológicos, cuidado de carreteras y otros afines.

- ✚ Actividades de autoempleo que tengan hasta 10 colaboradores.

- ✚ Actividades con un capital de trabajo hasta veinte mil dólares (US\$20.000), que no incluya inmuebles y vehículos que sean herramientas de trabajo.

- ✚ Actividades registradas en una organización gremial microempresarial”.

2.1.2 Definición

MONTEROS, Edgar (2007) manifiesta: “Una microempresa puede ser definida, como una asociación de personas que operan en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad, luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”. (Pág.129)

La microempresa es una organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras que tienen objetivos económicos y sociales. El capital puede ser de un solo propietario o de diferentes y tienen gran capacidad de adaptarse al medio.

2.1.3 Ventajas

- Al que la mediana y pequeña empresa es una fuente generadora de empleos.
- Se transforma con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del mercado.
- Permite una distribución más democrática de los ingresos.
- Facilita una mejor transparencia de los mercados.
- Permite el desarrollo estable de las economías regionales.

2.1.4 Desventajas

- Utilizan tecnología ya superada.
- Sus integrantes tienen falta de conocimiento y técnica para una productividad eficiente.
- Dificultad de acceso a crédito.
- La producción generalmente va encaminada solamente al mercado interno.
- Aislamiento.
- Limitaciones para acceder a la información y a la investigación.

2.1.5 Características de la Microempresa

Según la Web de [www./monografias/.com/trabajos\(2011\)i](http://www./monografias/.com/trabajos(2011)i) indica: La microempresa no por ser pequeña, deja de ser importante en la vida de

un país, por el contrario constituye un factor relevante en el desarrollo económico.

En la mayoría de las microempresas el dueño casi siempre trabaja en ellas, no vende grandes volúmenes ni necesita de un gran capital para funcionar. Además la microempresa presta gran ayuda a aquellos sectores más vulnerables de un país ya que ofrece oportunidades laborables, resulta el primer paso de emprendedor al organizar y llevar adelante un proyecto, se le reconoce también como pequeñas y medianas empresas.

Entre las características más importantes se pueden destacar las siguientes:

- ✚ Es una unidad social de tipo familiar.
- ✚ Tiene hasta 10 empleados.
- ✚ Existe relación directa con sus clientes.
- ✚ Deficientes conocimientos en aspectos administrativos.
- ✚ Participan de la economía informal.
- ✚ Baja productividad
- ✚ Existe poca delegación de funciones
- ✚ Escasa utilización de tecnología
- ✚ Su lugar de operación tiende a cambiar.
- ✚ La mayor parte están dedicadas a actividades comerciales, artesanales, y de servicio.
- ✚ Sus actividades se centralizan en sus propietarios quienes ejecutan la organización, producción y administración de la microempresa.
- ✚ No posee una estructura formal en sus áreas.
- ✚ Crece a través de reinversión de actividades ya que no cuenta con el apoyo técnico significativo.
- ✚ Predomina en ella la mano de obra.

2.1.6 Surgimiento de la Microempresa

Según la Web de <http://www.monografias.com> expresa: La generación de una idea de negocio y el emprendimiento de ésta, se realiza desde diversas razones, emociones y motivaciones:

- ✚ La pérdida de un trabajo, la posibilidad de contar con un socio o amigo que acompañe un proyecto. La tenencia de ahorros o un arreglo contractual por trabajo anterior.

- ✚ La percepción o identificación de una oportunidad como la existencia de un socio capitalista, la posibilidad de un equipo o maquinaria que se posee.

- ✚ Un entorno donde se identifican posibilidades de éxito, bien porque existe una necesidad insatisfecha o un producto susceptible de ser mejorado.

2.1.7 Organización del Sector Microempresarial

En la página Web <http://www.coninidandino.org> explica: El sector microempresarial cuenta con la Cámara Nacional de la Microempresa del Ecuador cuyos objetivos fundamentales son organizar y registrar las microempresas y a sus organizaciones gremiales del sector microempresarial en todo el territorio nacional.

Este gremio agrupa a las Cámaras Cantonales, Parroquiales, Cantonales, Federaciones, Institutos, Organizaciones no Gubernamentales (ONGs) y Entidades Adscritas. Las que a su vez congregan y representan a las microempresas formales e informales en todo el territorio Nacional.

Los servicios que prestan son: capacitación, asistencia técnica, información comercial, garantía crediticia y crédito a la microempresa ecuatoriana.

2.1.8 Tipos de Microempresa

Según la página Web <http://www.monografias.com/.../clasificación-empresas> nos dice: Los tipos de microempresas dependen del tipo de población involucrada, sus activos y su capacidad de generación de ingresos. Se tiene:

a. Microempresa de Producción

Las microempresas de producción son las más importantes, ya que son las que generan empleo productivo, pues transforman materias primas en productos elaborados.

b. Microempresa Comercial

Las microempresas comerciales son las que tienen como actividad la compra- venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción

c. Microempresa de Servicios

Estas microempresas se dedican a la atención del cliente, a vender el servicio antes que un producto, y su costo genera de acuerdo al trabajo realizado, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.

2.2 SERVICIOS FUNERARIOS

2.2.1 Definición

En la página Web <http://www.sic.gov.co/servicios-funerarios> afirma: Lugar donde se congregan los familiares y amigos del difunto para acompañar a

su velación y dar el último adiós, y en donde la funeraria les brinda servicios de tal manera que en esos momentos de dolor sientan un poco de paz y tranquilidad.

Es un espacio de servicio al público, que brinda atención a la velación de la pérdida de un ser querido; lugar de recogimiento de los familiares del deudo donde se llevan a cabo los ceremoniales acorde con las tradiciones de cada pueblo, para luego ser trasladado al campo santo, lugar de su morada.

El cuidado de los muertos ha sido preocupación del hombre desde tiempos más remotos. Aunque las costumbres de velaciones y sepelios de un cadáver, cambiaron en las últimas décadas del siglo pasado, resulta imposible olvidar los nombres de las agencias funerarias, pompas fúnebres o simplemente funerarias al repasar los alcances de tal servicio que es ineludible en el tránsito vital de cualquier ser humano.

Como todo, los servicios funerarios, también han dado pasos de superación a las costumbres de años pasados. Los primeros féretros eran de madera cubiertos con terciopelo negro, luego se pasó al metal y ahora nuevamente se regresó a la madera.

Si bien van quedando para el recuerdo los cortinajes negros, plomos o blancos que a la entrada de una casa servía para anunciar que allí se velaba a alguna persona mayor de edad o a un niño, y el uso del botón negro en la solapa o la banda del mismo color en el brazo constituyen unas de tantas formas simbólicas de identificarse hacia los demás de que se encontraban de luto.

Los amigos y familiares del difunto hasta hoy en día acostumbran a cargarlos en los hombros y muchas veces lo llevan por las principales

calles de la ciudad para que se despidan de la urbe y de los amigos. Las funerarias solo daban las cajas y los servicios fúnebres.

Desde que se conoció la atención de las agencias funerarias, estas hicieron constar una larga lista de servicios a sus favorecedores; elegantes coches, carrozas tiradas por caballos, cargadores, plañideras, cajas o cofres de madera de acuerdo con los recursos del cliente, ofrendas florales y otros. Posteriormente, con la modernización se establecieron y ampliaron tales servicios y hubo las carrozas motorizadas, cajas o cofres metálicos, avisos en los periódicos, misa del cuerpo presente y otras novedades que la gente trajo de sus viajes al exterior.

En la actualidad existen compañías y corporaciones dedicadas a la administración de cementerios y camposantos que adicionalmente brindan los múltiples servicios relacionados con estos casos. Se ofrecen diferentes alternativas y se dan facilidades de pago; algunas funerarias abren crédito inmediato si el extinto fue afiliado al Seguro Social o socio de alguna institución que le otorga un determinado fondo mortuario.

La mayoría de los servicios exequiales que ofrecen las corporaciones constan de cofres, salas de velaciones, servicio de cafetería para los asistentes, carroza, formolización, capilla ardiente, trámites de Sanidad y Registro Civil, arreglos florares, bóvedas, lápidas, cremación, misa y cantantes. Las funerarias hacen los trámites de compra de bóvedas, la confección de lápidas, exhumaciones, inhumaciones y adicionan mensajes radiales o avisos en el periódico.

El servicio funerario es considerado un apoyo muy importante en momentos críticos de la persona. Es una gran ayuda para el familiar de una persona fallecida, ya que en ese momento de dolor afecta al estado de ánimo, imposibilitando realizar trámites que son propios de estas circunstancias.

La muerte de un ser querido no sólo deja dolor en sus deudos, sino también gastos. No sólo la pena y el luto acompañan a los parientes de las personas fallecidas, sino que también la angustia económica que representa la ceremonia fúnebre y la sepultura. La funeraria se encarga del fallecido desde el momento del deceso y el familiar solo tiene que elegir el cofre y el tipo de ceremonia acorde con su presupuesto. Es por ello que deben ser requeridos sus servicios en esos momentos para poder tener un poco de paz en medio del dolor.

2.2.2 Características de la sala de velaciones

En la página Web <http://www.sic.gov.co/servicios-funerarios> encontramos las siguientes características:

- ✚ Brindar un servicio de calidad que satisfaga plenamente los requerimientos de los deudos, atendiendo de una manera eficaz y oportuna.
- ✚ Los precios se acomodan de acuerdo a su necesidad y situación económica.
- ✚ Un alto compromiso de servicio y apoyo.
- ✚ Atención las 24 horas del día.

2.2.3 Tipos de servicios

Entre los servicios funerarios que cubrirán las necesidades de los familiares de los deudos tenemos:

a. Servicio Económico

Es aquel servicio esencial que brinda la funeraria, es decir: la sala de velación, la venta del féretro, cafetería, servicio de carroza, música,

arreglos florales, coordinación en la iglesia, servicio de internet, servicio de parte mortuorio, entre otros.

b. Servicio Integral

Es aquel servicio completo que la funeraria ofrece a sus clientes y comprende: la sala de velación, Trámites Legales; la venta del féretro, servicio de carroza, cafetería, música, coordinación en la iglesia, servicio de Tanatopraxia, servicio de internet, arreglos florales y servicio de parte mortuorio, otros.

2.2.4 Ventajas de los servicios funerarios

Entre las ventajas para la creación de una microempresa Sala de Velaciones se tiene:

- ✚ Modernas Instalaciones.
- ✚ Servicio Completo.
- ✚ Atención Personalizada
- ✚ Servicio Especializado
- ✚ Un ambiente de elegancia y comodidad.

2.3 ESTUDIO DE MERCADO

Según KOTLER, Philips. (2008). manifiesta. “Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afirmar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”. (Pág.127)

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 lo que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente que tipo de clientes son los interesados en los servicios, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente el Estudio de Mercado dará la información acerca del precio apropiado para colocar el bien o servicio y competir en el mercado.

2.3.1 Producto

FERNÁNDEZ, Ricardo. (2007), expresa. “Es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisfacen una necesidad determinada”. (Pág.54)

Es el resultado tangible del Proceso Productivo. En sentido amplio el producto es cualquier cosa que incluya empaque, color, precio, prestigio y servicio que presta, que puede ofrecerse en el mercado para satisfacer una necesidad o deseo.

2.3.2 Oferta

BACA, Gabriel. (2006), expresa: “Oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de ofertantes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (Pág.48)

La oferta se refiere a la cantidad de bienes y servicios que entregan los productores al mercado, la oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y se atenderán en un futuro, la demanda o necesidades de la comunidad; esto significa, analizar a los productores

más importantes que ofrecen productos similares a los que se va a ofertar.

2.3.3 Demanda

DÍAZ, Flor (2009) dice: “El concepto de la Demanda esta íntimamente ligada al concepto de necesidad, deseo y poder de compra. Un determinado usuario potencial puede querer o necesitar un bien o un servicio, pero solo el poder de compra que tenga determinará la demanda de ese bien o servicio.” (Pág. 45)

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

Este estudio cubre no solamente la demanda actual, sino también los pronósticos del consumo que se puedan estimar, con base a los datos del pasado y de otros elementos cualitativos que puedan aportar nuevas luces al respecto.

Sin clientes no hay negocios, es una expresión que todo emprendedor debe conocer. Por eso, el análisis de la demanda es uno de los factores más importantes a investigar en el mercado. Esto significa conocer el grupo objetivo al que se va a dirigir el negocio (productos-servicios), qué características tiene, cuál es su comportamiento de consumo, cuáles son sus gustos, necesidades, aspiraciones, entre otros aspectos.

Una de las conclusiones que se deben sacar de éste análisis es el pronóstico de la demanda, donde se asegurará un número determinado de consumidores en un tiempo estipulado.

❖ Demanda Real

ARVOLEDA, Germán (2006) dice: “Es la demanda totalmente cierta”. (Pág. 51)

Constituye el mercado o meta al que quiere llegar.

❖ **Demanda Insatisfecha**

ARVOLEDA, Germán (2006) manifiesta:” Es la demanda a la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no esta satisfecho con él”. (Pág. 51)

En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios.

❖ **Demanda Potencial**

ARVOLEDA, Germán (2006) expresa:” Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero en algunas semanas, meses o años será real. Corresponde a los identificados en el mercado”. (Pág. 51)

Es la demanda probable que al satisfacer determinadas condiciones se la puede volver real.

2.3.4 Precio

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J dicen: “Es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad (es un atributo con el potencial para satisfacer necesidades o deseos) que se necesitan para adquirir un producto”

(Pág. 338)

El precio es el valor expresado en dinero de un bien o un servicio ofrecido en el mercado, que el comprador debe pagar por el uso de dicho producto o servicio.

2.3.5 Comercialización

CHARLES W Lamb, (2006). Menciona: “Es la decisión de llevar a un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los puntos de distribución, capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales” (Pág. 342)

La Comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios. Para hacer llegar a los productos hasta el consumidor en las cantidades apropiadas en el momento oportuno y los precios más convenientes para ambos garantizando así una venta rentable.

2.3.6 Publicidad

TREVIÑO Rubén, (2010) expresa: “Método Técnico que da a conocer, ya sea un concepto, un idea, una proposición de compra o simplemente un recordatorio a través de medios de comunicación (directos y/ o masivos) por un patrocinador habitualmente identificado, en un periodo determinado y con un fin meramente comercial”. (Pág. 8)

La publicidad es una herramienta que permitirá que la microempresa se de a conocer en el mercado; por medio de circulares y correspondencia directa. Y además con las relaciones públicas como: conferencias de prensa, discursos, inauguraciones de tiendas, eventos especiales, boletines informativos, revistas y actividades en pro de los servicios públicos.

Los medios publicitarios son los canales a través de los cuáles se transmite la propaganda, entre los más comunes se tiene:

Sistemas Impresos: folletos sobre la microempresa y su organización y los tipos de servicios; afiches, hojas volantes.

Sistema de Publicidad Impresos: son los más utilizados y se aprovechará las impresiones en el periódico como medio mas solicitado de información.

Sistema de Publicidad electrónica: se tiene la radio y la Televisión.

Una PAGINA WEB representaría mayor publicidad para dar a conocer la microempresa en la red de Internet.

2.4 ESTUDIO TÉCNICO

MORALES, Arturo (2009) manifiesta: “Mediante el Estudio Técnico se determina la mejor localización de las instalaciones, esto es, se debe detectar un sitio que ofrezca todas las características que permitan que el proceso de producción se desarrolle de manera eficiente. Esta etapa también comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios, etc.) que son necesarios para llevar a cabo el proceso de la producción de determinado bien o servicio”. (PÁG. 84)

En el estudio técnico se analiza elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto o proceso que desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerle funcional, de ahí analizar la importancia del tamaño óptimo de la planta la cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá, para

no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté garantizada por la demanda. Finalmente en cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo, pretende resolver además las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desee por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

2.4.1 Tamaño del Proyecto

Según PADILLA Marcial (2006): “El tamaño del proyecto es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”. (Pág. 211)

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; es decir. Que la capacidad se expresa en cantidad de producción por una unidad de tiempo.

2.4.2 Localización del Proyecto

Según Baca, Gabriel (2006) “La Localización óptima del proyecto consiste en identificar y analizar las características del entorno que favorezcan en forma positiva a la implantación del proyecto, para lograr la máxima utilidad al mínimo costo” (Pág. 107)

El estudio de Localización consiste en identificar y analizar las diferentes variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de determinar el

lugar donde finalmente se ubicará el proyecto buscando utilidad a una minimización de costos.

Las fuerzas locacionales son los factores que influyen en la decisión de la localización de un proyecto. En forma global se puede reunir en los siguientes grupos:

- La suma de los costos de transporte de insumos y productos
- La disponibilidad y costos relativos de la mano de obra y de los insumos
- Los factores ambientales
- Infraestructura

Estos grupos son los que gobiernan el análisis para la localización de una empresa o un negocio.

a. Macrolocalización

Según JACOME, Walter (2005) afirma: “La Macrolocalización se refiere a determinar el lugar geográfico mas adecuado para la implementación del proyecto. Determina en forma clara la Región, Provincia, Cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar la precisión del proyecto con el cual se tiene una localización muy confiable”. (Pág. 133)

Es el análisis orientado a determinar la región o zona en donde se ubicará el proyecto, en si la Macrolocalización permite definir el sitio geográfico en donde se estima conveniente ubicar el proyecto tomando en cuenta los criterios de maximización de utilidades y minimización de los costos de producción y gastos operacionales.

b. Microlocalización

MIRANDA, Juan José (2006) Expresa: “La Microlocalización considera los factores de localización más específicos donde va a ser implementados los proyectos como terrenos su topografía y características, su precio la disponibilidad de mano de obra para el proyecto.” (Pag.208)

La Microlocalización se refiere a decir en forma puntual el sitio exacto de ubicación del proyecto, es decir dando a conocer sus calles, sus alrededores a través de planos físicos.

2.4.3 Ingeniería del Proyecto

JACOME Walter (2005) argumenta: “Esta fase del proyecto corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir, trabajar con información confiable y adecuada porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades”. (Pág. 133)

La ingeniería del Proyecto esta orientada 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. Este estudio se relaciona con su etapa técnica; es decir, todo lo concerniente a la instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

2.4.3.1 Tecnología

ALBOLEDA, Germán (2001) explica: “El primer paso consiste en identificar la tecnología; es decir, el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o prestar el servicio”. (Pág. 256)

Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que faciliten la adaptación al medio y satisfacen las necesidades de las personas.

2.4.3.2 Procesos Productivos

CORDOBA, Marcial (2010) añade: “El proceso productivo se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos o servicios, mediante la participación de una determinada tecnología que combina mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación”. (Pag.186)

Existen varios caminos que se pueden tomar para producir un producto, ya sea este un bien o un servicio. Pero la selección cuidadosa de cada uno de sus pasos y la secuencia de ellos ayudarán a lograr los principales objetivos de producción, tomando en cuenta los costos, calidad, eficiencia y flexibilidad.

2.4.3.3 Inversión

ZAPATA, Pedro (2008) señala: “Una inversión es toda adquisición de medios de producción, inclusive colocación en valores mobiliarios con el objetivo de conseguir una renta”. (Pág. 135)

La inversión consiste en colocar un capital para obtener una ganancia aplicando recursos financieros para la creación, renovación, ampliación o mejora de la calidad operativa de la empresa.

a. Inversión Fija

CORDOBA PADILLA, Marcial. (2007) dice: “Son los activos tangibles que están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos, herramientas etc.” (Pág. 319)

Inversión Fija son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del Proyecto y no son objetos de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil.

b. Inversión Diferida

CORDOBA PADILLA, Marcial,(2007) afirma. “Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes, propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de inversión, licencias, gastos preoperativos y de instalación , puesta en marcha , estructura organizativa, etc.” (Pág.320)

Son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

c. Capital de Trabajo

Según GITMAN, Lawrence J. (2007). “Son los activos corrientes que representan la parte de la inversión que circula de una forma a otra en la conducción ordinaria del negocio.”(Pág. 511)

El Capital de Trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes para la operación normal del Proyecto es decir; es la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes.

2.5 Estudio Financiero

MORALES , Arturo (2009) expresa: “El objetivo del estudio financiero consiste en elaborar información financiera que proporcione datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad de la operación del

proyecto de inversión, nivel de inventarios requeridos, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones, sueldos, etc. A fin de identificar con precisión el monto de inversión y los flujos de efectivo que producirá el proyecto.” (Pág.207)

La perspectiva del estudio financiero es analizar el comportamiento de los ingresos generados por el proyecto, frente a los costos y gastos que son establecidos, que se puede evidenciar con el uso de herramientas como el cálculo del valor actual neto, la tasa interna de retorno, el periodo de recuperación, el punto de equilibrio entre otros, mismos que permiten conocer la rentabilidad en el tiempo actual y a futuro de acuerdo a las restricciones propias del proyecto. Además este tipo de análisis estudia la estructura y evolución de los resultados de la empresa tanto ingresos como gastos y la rentabilidad o el rendimiento de los capitales utilizados.

En el análisis de inversión es muy importante en el proyecto porque permite conocer cuánto dinero deberá disponer la empresa para alcanzar los objetivos planteados así como la misión y la visión de la empresa llegando a la meta propuesta.

2.5.1 Ingresos

MIRANDA, Juan José (2006) Afirma: “ 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 liquidez 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.”(Pag191.)

Los Ingresos son las entradas de dinero obtenidos por la venta de bienes o servicios en la actividad que se haya propuesto desarrollar para obtener beneficios, durante un periodo de tiempo determinado.

2.5.2 Egresos

SARMIENTO, R. Rubén (2005). Manifiesta: “Son todos los gastos monetarios, que significa desembolsos para la empresa, lo que van a estar en función de su organización en un ejercicio económico.” (Pág. 23)
Los egresos son gastos o salida de dinero en los que incurre la empresa por la producción de un bien o la prestación de un servicio.

a. Costo de Producción

Los costos de producción (también llamados Costos de Operación).- Son aquellos que se vinculan directamente con la elaboración del producto o la prestación del servicio.

- Costo Directo.- Este costo está constituido por Materia Prima, Materiales Directos, Mano de Obra Directa.
- Gasto de Fabricación.- Dentro de estos gastos esta las Materiales Indirectos, Mano de Obra Indirecta con sus respectivas prestaciones.
- Otros Gastos Indirectos.- depreciación de los equipos, servicios, mantenimiento, seguros de fábrica.

b. Gastos Administrativos

MORALES Arturo (2009) expresa: “Son todos aquellos costos y gastos administrativos que se requieren para dirigir y operar la empresa normalmente”. (Pág.112).

Son todos los desembolsos que se hacen en el área administrativa de la empresa, relacionados con el pago de remuneraciones, suministros, servicios básicos, entre otros.

c. Gastos de Ventas

BRAVO Mercedes (2007) afirma: “Los Gastos de Venta son todos los desembolsos o pagos que se realizan en el departamento de ventas como; sueldos a vendedores, comisiones, publicidad entre otros.” (Pág.205)

Son los gastos que implican directamente la distribución y comercialización de las ventas y alcanzar los objetivos de la empresa.

d. Gastos Financieros

BACA Gabriel (2006) manifiesta: “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales detenidos en préstamo”. (Pág.64)

Son las obligaciones relacionadas con los intereses producidos por préstamos obtenidos por la empresa.

e. Depreciaciones

CHANABA Joaquín (2010) señala: “La depreciación es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el caso u obsolescencia, a que se les somete y su función productora de renta. En la medida en que avance el tiempo de servicio; decrece el valor contable de dichos activos”: (Pág. 107)

Término contable que denota desgaste físico de Activos tangibles por el uso normal o intensivo realizado por el propietario o por terceros; este gasto está asociado a la utilización del bien en los propósitos técnicos para los cuales fue construido.

2.6 Estados Financieros

Los Estados Financieros son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con la finalidad de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa.

2.6.1 Estado de Situación Financiera

ZAPATA Pedro (2007) expresa: “El Estado de Situación Financiera es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determinan la posición financiera de la empresa en un momento determinado”. (Pág. 311)

El Estado de Situación Financiera es una especie de fotografía que retrata la situación financiera de la empresa en una fecha determinada. Gracias al Estado de Situación Financiera se accede a información vital sobre el negocio, como la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas; en resumen es el que refleja el panorama actual de la compañía

2.6.2 Estado de Resultados

SARMIENTO Rubén (2008) afirma respecto al Estado de Resultados: “Es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado, se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa”. (Pág.178)

El Estado de Resultados es el encargado de dar una información transparente, de decir como se ha llegado, donde se está y como se ha generado el beneficio o la pérdida de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida; durante un periodo determinado.

2.6.3 Flujo de Caja

Según ZAPATA, S. Pedro (2008), “Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial y recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.” (Pág. 423)

Permite saber con seguridad el movimiento de un ejercicio económico en base a un presupuesto elaborado con los ingresos y egresos posibles, con la única finalidad de no ocasionar desequilibrios económicos

2.7 Evaluación Financiera

Establece y analiza los beneficios netos que obtendrá exclusivamente el factor capital al comportamiento de un proyecto específico, la misma que tiene como objetivo, calcular y estimar los beneficios netos esperados de la inversión que se realiza en la implementación de la unidad económica de producción, para lo cual se usa y maneja las principales técnicas de evaluación.

2.7.1 Valor Actual Neto (VAN)

DIAZ, Flor (2009) manifiesta: “ El VAN de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy, y el equivalente en valores actuales de todos los ingresos y egresos presentes y futuros que constituyen el proyecto”.(Pág. 303)

El VAN mide la rentabilidad del proyecto, pues permite observar si es o no pertinente la inversión.

Si el VAN es mayor a cero, el proyecto es viable

Si el VAN es menor a cero, el proyecto no es viable

Si el VAN es igual a cero, es viable, pero es mejor realizar un análisis a profundidad, considerando que las expectativas de riesgo-rentabilidad están en el límite previsto.

2.7.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

CHAIN Reinaldo. S. (2008) dice: “Representa la tasa de interés mas alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados (principal e interés acumulado) se pagará con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo”. (Pág. 323)

La TIR refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil, tomado en cuenta los flujos de caja proyectados o el monto en el que el VAN es igual a cero.

Si la TIR es mayor a la tasa de descuento, el VAN es positivo, y el proyecto se acepta.

Si la TIR es menor que al tasa de descuento, el VAN es negativo, por lo que el proyecto es rechazado.

2.7.3 Relación Beneficio Costo

CÓRDOBA PADILLA, Marcial (2007) “Llamada también Índice de Productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión Inicial. Este índice se usa como medida de clasificación de proyectos en

orden descendente de productividad. Si la razón Beneficio Costo es mayor que 1, entonces es aceptable el proyecto.” (Pág. 369)

El beneficio costo es un parámetro que sirve para determinar como se recuperan los ingresos en función a los egresos, para lo cual se considera los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.

Si el B/C es mayor que 1, el proyecto es viable

Si el B/C es menor que 1, el proyecto no es viable

Si el B/C es igual que 1, significa que tampoco es viable porque equivale a no haber hecho nada.

2.7.4 Periodo de Recuperación

Los autores SAPAG.CH.Nossir y SAPAG, CH. Reinaldo (2008) manifiesta que: “Ayuda a determinar el número de periodos necesarios para la recuperar la inversión Inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptables por la empresa.” (Pág. 329)

El periodo de recuperación permite conocer que tiempo se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

2.7.5 Punto de Equilibrio

BACA URBINA, Gabriel (2005) expresa: “Es el nivel de Producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables.” (Pág. 180)

El Punto de Equilibrio tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero pero tampoco lo pierde) es aquel en el cual los ingresos provenientes de las ventas son iguales a los costos de operación y de financiación; es decir. Que si se incrementan las ventas logrará ubicarse

por encima del Punto de Equilibrio y obtendrá un beneficio positivo, una caída de sus ventas desde el Punto de Equilibrio generará pérdidas.

2.8 Organización Empresarial

La organización empresarial implica no solamente la estructura societaria de la empresa si no también su forma de producir y comercializar, si es todo hecho por la empresa o se terceriza parte de los procesos, si se utiliza mucha tecnología o es mano de obra intensiva, también se debe analizar la estructura de recursos humanos, así como su remuneración, especialmente si la misma es variable o fija y en que proporciones y bajo que métodos y bases. (Sueldos, comisiones, participación en utilidades, régimen de vacaciones y licencias, régimen de promociones, incorporación de personal o desarrollo de los futuros integrantes, etc.) Cada una de estas opciones tiene un costo (y un método de costeo) asociado que se hace preciso determinar a fin de poder preparar los estados financieros proyectados.

Como corolario de este capítulo se debe resaltar que es indispensable que se conozca el producto hasta en sus más mínimos detalles en la determinación de los costos y gastos necesarios para su producción y venta.

2.8.1 Misión

Según WHEELLEN Thomas L. HUNDER, David J. (2007) dice: “La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirven.” (Pág. 12)

Misión significa “deber”, “obligación” esto se refiere a su papel en la sociedad donde actúa y explica su razón de ser o existir.

2.8.2 Visión

Según D' ALESSIO, Ipinza Fernando (2008) dice: “La visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo.”(Pág. 61)

La visión se entiende como el sueño que la organización anhela, es la imagen de como se verá en el futuro.

Es la explicación del porque todos se levantan, todos los días y dedican la mayor parte de su tiempo al éxito de la organización en la que trabajan, invierten o hacen negocios.

2.8.3 Objetivos Corporativos

Es el resultado que se desea lograr, estos deben ser claros, concisos y tendrán que estar bien definidos.

2.8.4 Manual de Funciones

El Manual de Funciones tiene como objetivo presentar un ejemplo en donde se especifican cada una de las funciones de un cargo en la empresa, así como sus responsabilidades en cada una de las tareas asignadas.

Se señala el perfil del cargo necesario para el desempeño de cada labor, con el propósito de dar cumplimiento a la calidad en cada uno de las partes del proceso productivo.

2.8.5 El Organigrama

Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general.

Es un sistema de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad.

El organigrama señala la vinculación que existe entre los departamentos a lo largo de las líneas de actividad principales.

2.8.6 Estrategias Empresariales

La estrategia empresarial, es la búsqueda deliberada de un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de una empresa y la acentúe, de forma que ésta logre crecer y expandir su mercado reduciendo la competencia. La estrategia articula todas las potencialidades de la empresa, de forma que la acción coordinada y complementaria de todos sus componentes contribuya al logro de objetivos definidos y alcanzables. Idealmente, el análisis estratégico debería buscar las relaciones sistemáticas existentes entre las elecciones que realizan la alta dirección y los resultados económicos que obtiene la empresa.

2.9 Impactos

SANDOVAL, C. (2005) afirma: "Impacto al resultado o a la consecuencia que deriva de las acciones y efectos que genera un proyecto a largo plazo, es decir es el cambio de vida y en el entorno a la población". (Pág. 4)

Es el resultado de los efectos de un Proyecto. En ese sentido, expresa el grado de cumplimiento de los objetivos respecto a la población neta.

2.9.1 Impacto Social

MENDOZA, Franklin. (2010) explica: “Se refiere a la solución de posibles problemas que se pueden dar en el desarrollo social dentro de una región del país, con el fin de mejorar las condiciones de la vida tales como son: crecimiento económico, y, especialmente en el ámbito educacional, profesión, social, cultural entre otros”: (Pág. 36).

Consiste en la medición de los efectos que generará el proyecto durante su vida, lo que implica para la comunidad en términos de bienestar social, condiciones de vida, generación de empleo, entre otros.

2.9.2 Impacto Económico

Según www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r68629.PDF expresa: Los impactos económicos también están definidos con cierta precisión. Se dispone de indicadores normalizados para considerar la balanza de pagos de tecnología, el comercio de bienes de alta tecnología y, principalmente; la innovación tecnológica.

El impacto económico es recoger conclusiones de los estudios de mercado, técnico y financiero y analizarlos con un enfoque económico. Este análisis debe aportar elementos de juicio sólidos sobre la viabilidad conveniencia y oportunidad del proyecto.

2.9.3 Impacto Ambiental

ARBOLEDA, Germán. (2001) afirma: “Por impacto ambiental se entiende a cualquier modificación de las condiciones ambientales o a la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas”. (Pág. 417)

Al Impacto Ambiental podemos definirlo como un conjunto de técnicas que busca asegurar que el proyecto no traiga consigo impactos negativos sobre el medio ambiente. Como propósito fundamental es determinar un sistema adecuado que garantice armonía con la naturaleza.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

El Estudio de Mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes, ya que permite reconocer, conocer y observar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que va a ser ofertado en el mercado y que es motivo del proyecto.

3.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional que permita identificar la oferta, demanda, producto, precio y publicidad, con la finalidad de brindar un servicio de calidad a precios cómodos en la ciudad de Huaca.

3.1.1 Objetivos Específicos

- Determinar los paquetes que ofertará la Microempresa.
- Determinar la oferta respecto a este servicio.
- Determinar la demanda de los paquetes.
- Determinar los criterios que se utilizará para fijar los costos de paquetes.
- Determinar la forma de publicidad.

3.1.2 Variables del Diagnóstico

3.1.2.1 Variables

- Producto
- Oferta
- Demanda
- Precio
- Publicidad

3.1.2.2 Indicadores

a. Indicadores de la Variable Producto

- ✓ Tipo de paquetes
- ✓ Forma de pago
- ✓ Nivel de aceptación
- ✓ Beneficios

b. Indicadores de la Variable Oferta

- ✓ Precio
- ✓ Calidad
- ✓ Comercialización
- ✓ Entrega del Servicio

d. Indicadores de la Variable Demanda

- ✓ Clientes
- ✓ Satisfacción
- ✓ Bienestar
- ✓ Preferencias

e. Indicadores de la Variable Precio

- ✓ Financiamiento
- ✓ Calidad de los paquetes
- ✓ Tipo de paquetes
- ✓ Precios

f. Indicadores de la Variable Publicidad

- ✓ Innovación
- ✓ Promoción
- ✓ Precio
- ✓ Calidad

Cuadro 3
Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	TÉNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar los paquetes que ofertará la Microempresa.	PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de paquetes - Forma de pago - Nivel de aceptación - Beneficios 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas - Observación 	Usuarios
Determinar la Oferta respecto a este servicio	OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> - Precio - Calidad - Comercialización - Entrega del Servicio 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas - Observación 	Usuarios
Determinar la Demanda de los paquetes	DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes - Satisfacción - Bienestar - Preferencias 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas - Observación 	Usuarios
Determinar los criterio qué se utilizará para fijar los costos de paquetes	PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> - Financiamiento - Calidad de los paquetes - Tipo de paquetes - Precios 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas - Observación 	Usuarios
Determinar la forma de Publicidad	PUBLICIDAD	<ul style="list-style-type: none"> - Innovación - Promociones - Precio - Calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas - Observación 	Usuarios

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Autoras

3.2 Área de Mercado

El área a investigar abarca principalmente al cantón San Pedro de Huaca, el objetivo inicial del proyecto es demostrar la factibilidad de implementar el servicio funerario en la ciudad de Huaca, Provincia del Carchi, ya que al no existir oferentes de este tipo en el sector se ha generado una necesidad insatisfecha en los habitantes de esta ciudad.

3.2.2 Identificación de la Población

La población existente en el Cantón San Pedro de Huaca de la Provincia del Carchi, es de 7624 habitantes de acuerdo a los datos del último censo del 2010, lugar donde se implementará la microempresa de servicios funerarios.

Con los datos obtenidos en dicha población se aplicará la técnica del muestreo.

3.1.2 Determinación de la Muestra

De acuerdo a la población del cantón San Pedro de Huaca, se ha obtenido un total de 2006 familias integradas por 3,8 que es el número promedio de integrantes por familia en el Ecuador de acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010.

$7624/3.8=2006$ familias

Esta técnica se utilizará para poder determinar el porcentaje de la población en el Cantón San Pedro de Huaca, a la que se aplicara la muestra.

Para esto se toma en cuenta la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{2006 \times (0,5)^2 (1,96)^2}{(2006 - 1)(0,05)^2 + (0,5)^2 (1,96)^2}$$

$$n = \frac{1926,56}{5,01 + 0,96}$$

$$n = 323$$

En donde:

- **n:** Tamaño de la muestra
- **N:** Es igual al total de familias existentes en el cantón Huaca
- σ : Desviación estándar de la población (valor constante de 0,5)
- **Z:** Nivel de confianza (que es del 95% equivale a 1,96)
- **e:** Límite aceptable de error que es del 5% o 0,05.

El resultado de la fórmula nos sugiere la aplicación de 323 encuestas, aplicadas a 323 familias, la cual pretende determinar la cantidad de clientes potenciales que harían uso del servicio fúnebre y que estarían dispuestos a pagar el costo mínimo.

3.2.3 Cuantificación y tabulación de la encuesta

3.2.3.1 Encuesta aplicada a los usuarios del cantón San Pedro de Huaca

1. ¿Ha tenido Ud. El fallecimiento de algún familiar en los últimos dos años

Tabla 7:

Fallecimiento de algún familiar

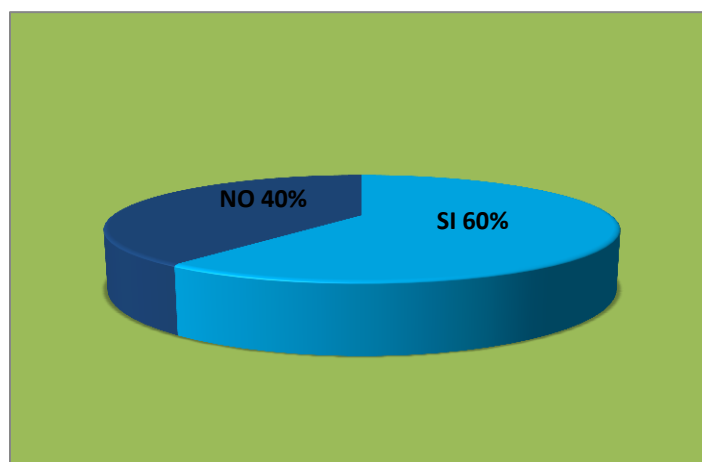
	Frecuencia	%
Si	195	60%
No	128	40%
TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

Gráfico 12:

Datos estadísticos sobre el fallecimiento de algún familiar



Fuente: Encuesta

Elaborado por. Autoras

1.1 Análisis

Se observa que en la población huaqueña en los últimos años ha existido un alto índice de mortalidad.

2. ¿Para la velación de su familiar hubo problemas en conseguir el servicio funerario?

Tabla 8:

Demanda de los servicios funerarios

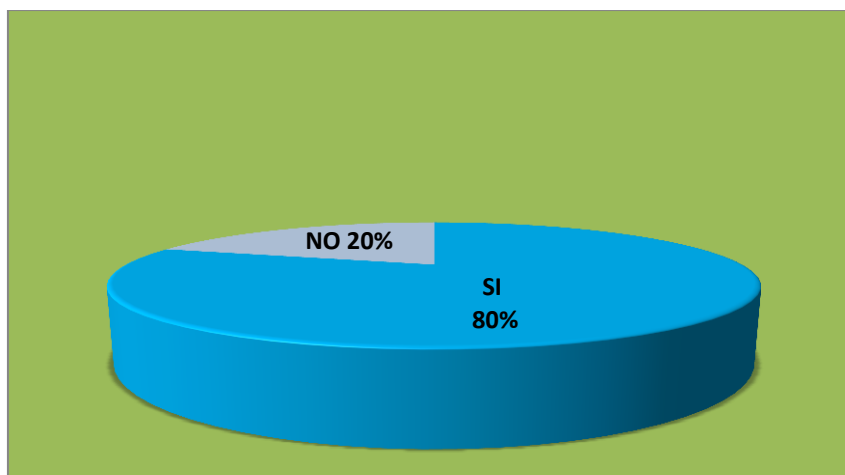
	Frecuencia	%
Si	258	80%
No	65	20%
TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

Gráfico 13:

Datos estadísticos de la demanda de servicios funerarios



Fuente: Encuesta

Elaborado por. Autoras

1.2 Análisis

Se observa que la mayoría de la población encuestada si tubo problemas en conseguir el servicio funerario en la ciudad de Huaca, ya que la ciudad no dispone de este servicio.

3. Conoce usted. ¿Qué servicios ofrecen las funerarias?

Tabla 9:

Tipo de Servicios

	Frecuencia	%
Venta de Férretro y Alquiler de Capilla Ardiente	323	100%
Sala de Velaciones	0	0
Otros	0	0
TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

Gráfico 14:

Datos estadísticos de los Tipos de servicios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autoras

1.3 Análisis

Se puede apreciar que los encuestados, sólo han hecho uso del servicio de la compra del féretro y el alquiler de la capilla ardiente, porque las funerarias no ofrecen el servicio de la sala de velaciones; por tal motivo los dolientes tienen que buscar otro lugar donde velar a su familiar o por ende tiene que hacerlo en su propio domicilio, lo que es incómodo por que no hay el espacio adecuado.

4. A más del servicio actual ¿Qué otro (s) servicio(s) le gustaría que brinden las funerarias?

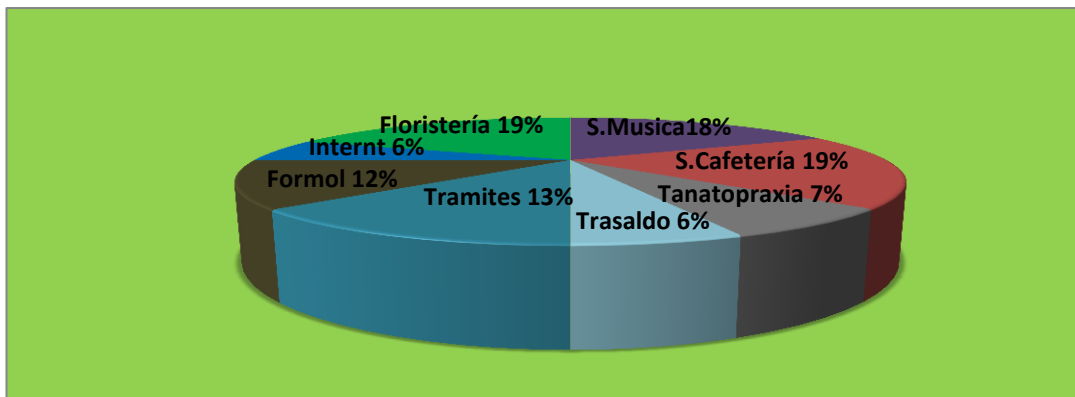
**Tabla 10:
Servicios que le gustaría que se brinde**

	Frecuencia	%
Servicio de música	300	18
Servicio de cafetería	320	19
S. de Tanatopraxia	120	7
S. de traslado	103	6
Trámites legales	220	13
Formolización	200	12
Sala de internet	100	6
Floristería	323	19
TOTAL	1686	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

**Gráfico 15
Datos estadísticos de servicios que le gustaría que se brinde**



Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

1.4 Análisis

Se observa que a los encuestados les gustaría que la microempresa brinde el servicio de cafetería, floristería, formolización, tanatopraxia, traslado, el de trámites legales, el servicio de música y la sala de internet. Esto implica que los encuestados quieren que la funeraria brinde todos estos servicios en la ciudad de Huaca.

5. ¿Piensa que sería de beneficio tener a disposición una funeraria en la ciudad de Huaca?

Tabla 11:

Beneficios de una Funeraria

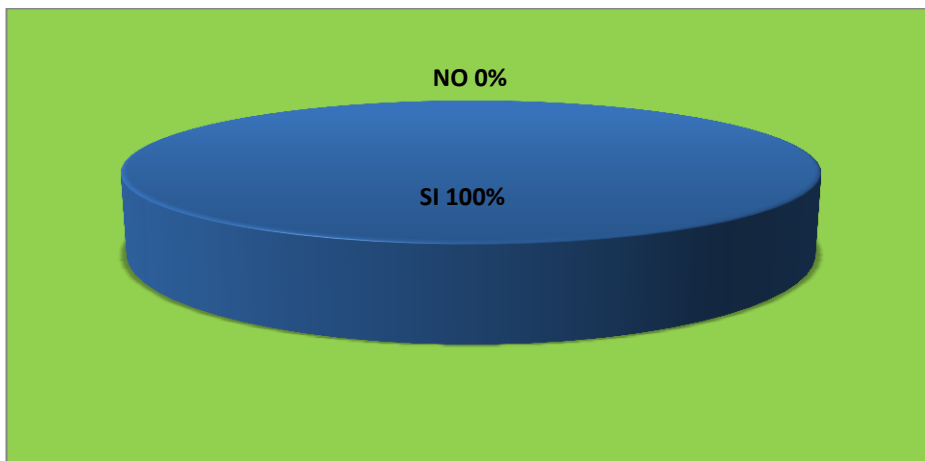
	Frecuencia	%
Si	323	100%
No	0	0%
TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

Gráfico 16:

Datos estadísticos de los beneficios de una funeraria



Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

1.5 Análisis

La totalidad de los encuestados manifiestan que sería beneficioso tener en el Cantón San Pedro de Huaca una microempresa de servicios funerarios por las siguientes razones: Porque no existe y es necesario, para mejorar los servicios de la comunidad, por comodidad y facilidad de los dolientes para encontrar todo en un solo lugar.

6. De tener a disposición una funeraria en la ciudad de Huaca, contrataría sus servicios de ser necesario?

Tabla 12:

Contratación de los servicios funerarios

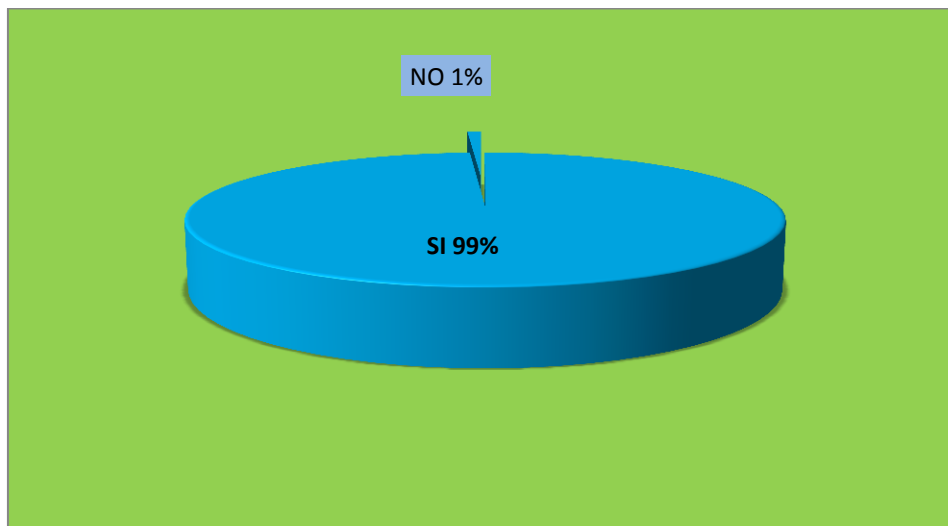
	Frecuencia	%
Si	320	99,07%
No	3	0,93%
TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

Gráfico 17:

Datos estadísticos de la contratación de los servicios funerarios



Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

1.6 Análisis

Se observa, que la población considera que de ser necesario, contratarían el servicio funeral dentro de su Cantón. Estas respuestas dejan en evidencia claramente la ausencia de una funeraria de calidad en el Cantón Huaca.

7. ¿Ud. Estaría de acuerdo con la nueva oferta de servicios funerarios que comprenda las siguientes alternativas?

Tabla 13

Población dispuesta a contratar los servicios funerarios

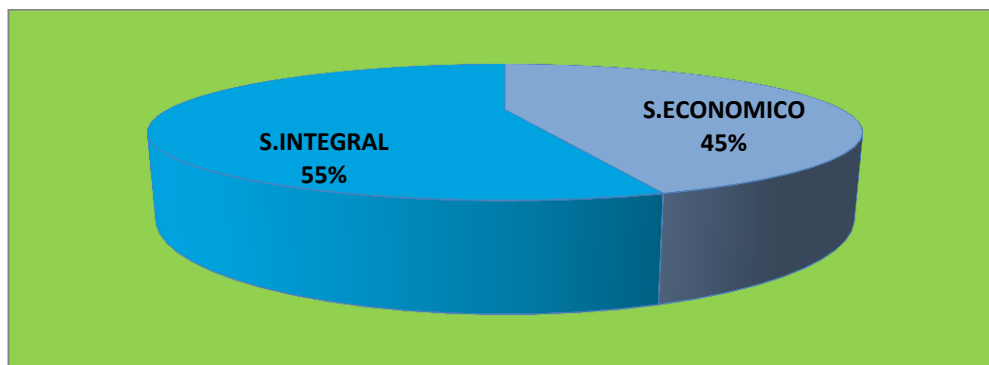
	Frecuencia	%
Servicio Integral	228	55%
Servicio Económico	185	45%
TOTAL	413	100

Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

Gráfico 18:

Datos estadísticos de la población dispuesta a contratar los servicios funerarios



Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

1.7 Análisis

Se observa que la población huaqueña, desean la alternativa del servicio integral, por lo que la microempresa se encargará de todo.

Lo cual indica que los encuestados desean que haya estas dos alternativas de servicios funerarios, dependiendo de la situación económica y la necesidad de los usuarios.

8. ¿Ud. Estaría dispuesto a pagar por los diferentes tipos de servicios funerarios?

Tabla 14

Diferentes tipos de servicios funerarios

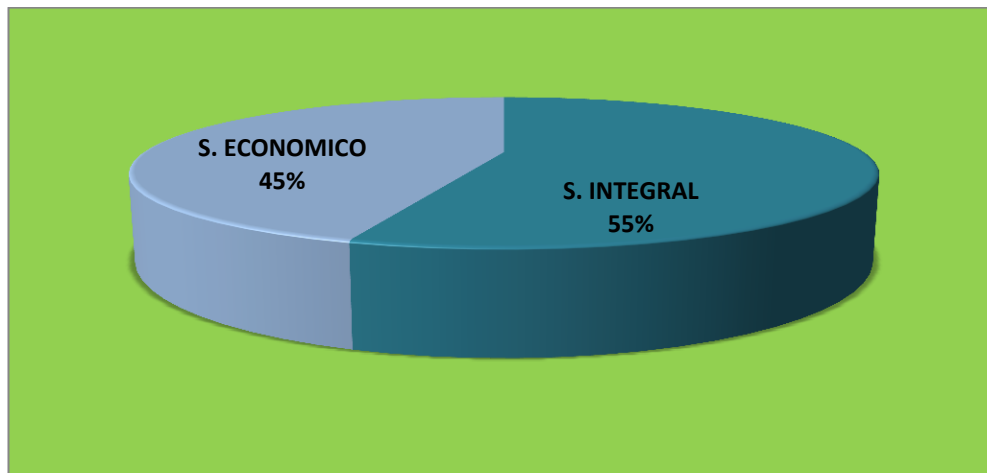
	Frecuencia	%
Servicio Integral 1500	228	55%
Servicio Económico 1200	185	45%
TOTAL	413	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

Gráfico 19:

Datos estadísticos de los diferentes tipos de servicios



Fuente: Encuesta dirigida a la población huaqueña

Elaborado por: Autoras

1.8 Análisis

Se observa que los encuestados, están dispuestos a pagar por el servicio integral \$1500, pero este precio variaría dependiendo de la calidad del féretro; y por el servicio económico \$1200.

Lo cual implica que los encuestados necesitan que haya en la nueva microempresa los dos tipos de servicios funerarios.

3.2.4 RESULTADO OBTENIDO DE LA ENTREVISTA

3.2.4.1 Entrevista aplicada al propietario del salón de usos múltiples del cantón San Pedro de Huaca “La Purita”

a. Entrevistado: Padre Modesto Pozo
Salón de usos múltiples: “La Purita”

CUESTIONARIO

1. ¿Que tipo de servicio brinda Usted a la población del Cantón San Pedro de Huaca?

Bueno el servicio que brindo a la comunidad huaqueña no es exactamente de una funeraria; lo que nosotros tenemos es un salón de usos múltiples que es usado por la gente huaqueña para sesiones de cualquier índole y también se lo alquila para cuando hay algún difunto donde contamos solamente con una capilla ardiente completa.

2. Hace cuantos años brinda usted este servicio al Cantón San Pedro de Huaca

Hace 5 años prestamos el servicio del salón de usos múltiples en el Cantón Huaca

3. Como está organizado el salón de usos múltiple “ la Purita”

Con respecto a la organización tengo una persona que se encarga de la administración

4. Que control contable y financiero utiliza

El control que se lleva es el registro de entradas y salidas

5. ¿Piensa usted que el salón de usos múltiples “La Purita” es rentable?

La verdad que no es rentable, más bien está dedicado a una actividad de servicio social

6. ¿Como promociona Ud. este servicio del salón de usos múltiples?

Lo doy a conocer mediante un comunicado en la misa del domingo y como la gente ya sabe pues no hace falta publicidad.

7. ¿En su experiencia, le gustaría que exista una sala de velaciones en el cantón San Pedro de Huaca con todos los servicios necesarios para brindar un servicio de calidad a la gente huaqueña?

Por supuesto que si, deseo que Huaca implemente este servicio ya que hace mucha falta en nuestro pueblo Huaqueño que venga el progreso día a día es lo que yo deseo.

3.3 Identificación del Servicio

Los principales paquetes funerarios que ofrecerá la microempresa en el Cantón San Pedro de Huaca, serán los siguientes.

3.3.2 Servicio Integral

El servicio integral comprende lo siguiente:

- a) Tramites legales**

- b)** Coordinación en la Iglesia (misa de cuerpo presente, misa de mes,)
- c)** Sala de velación las 24 horas
- d)** Férero metálico lineal con adornos modelo Limper



- e)** Cafetería e insumos de cafetería ilimitada con sandwiches, galletas, caramelos de primera calidad, servilletas, agua tibia, café y/ o aromática.
- f)** Servicio de auto carroza completo (hacia la sala de velación, iglesia y cementerio)
- g)** Servicio de tanatopraxia
- h)** Servicio de internet
- i)** Libro de condolencias
- j)** Música ambiental
- k)** Tres rosarios de oración
- l)** Decoración (2 arreglos florales a elección de los deudos, y un cubre fétero)



- m)** Servicio de parte mortuario: 6 menciones en la radio “la Voladora” y 4 sport en el canal “Norvisión “.

3.3.3 Servicio Económico

El servicio económico comprende lo siguiente:

- a)** Sala de velación por 24 horas.
- b)** Coordinación en la Iglesia (misa de cuerpo presente)
- c)** Féretro metálico Lineal sin adornos modelo Prisma



- d) Cafetería e insumos de cafetería ilimitada con, sandwiches, galletas, caramelos, servilletas, agua tibia, café y/o aromática.
- e) Servicio de auto carroza completo(hacia la sala de velación, iglesia y cementerio)
- f) Servicio de internet
- g) Música ambiental
- h) Libro de condolencias
- i) Un rosario de oración
- j) Servicio de parte mortuario: 3 menciones en la radio la “Voladora” y 3 spots en el canal “Norvisión”
- k) Decoración (1 arreglo floral mediano y una corona mediana)



3.4 Oferta Actual

La estimación de la oferta actual en la ciudad de Huaca manifiesta que al momento no existe en la ciudad este servicio por lo tanto, no se realiza el análisis de la oferta.

3.5 Principales alternativas del servicio funerario

Después de haber realizado el estudio de campo mediante la observación directa, se llegó a determinar que no existen servicios funerarios en la ciudad de Huaca.

3.6 Demanda Histórica

El número de personas que mueren anualmente en el cantón San Pedro de Huaca es el siguiente:

Tabla 15
Cantidad de fallecidos a nivel del cantón San Pedro de Huaca

AÑO	DEMANDA CANTONAL
2008	45
2009	54
2010	72
2011	80
2012	92

Fuente: investigación Directa Registro Civil,
Y Cedulación de la ciudad de Huaca

Elaborado por: Autoras

Tasa de crecimiento de la demanda histórica

$$r = \sqrt[n-1]{\frac{M}{c}} - 1$$

$$M = c(1 + r)^{n-1}$$

$$r = \sqrt[4]{\frac{92}{72}} - 1$$

$$r = 0,1304 = 13,04\%$$

Se consideró los datos de los años 2010, 2011 y 2012, ya que al considerar los datos de los años anteriores distorsiona la tasa de crecimiento.

De donde:

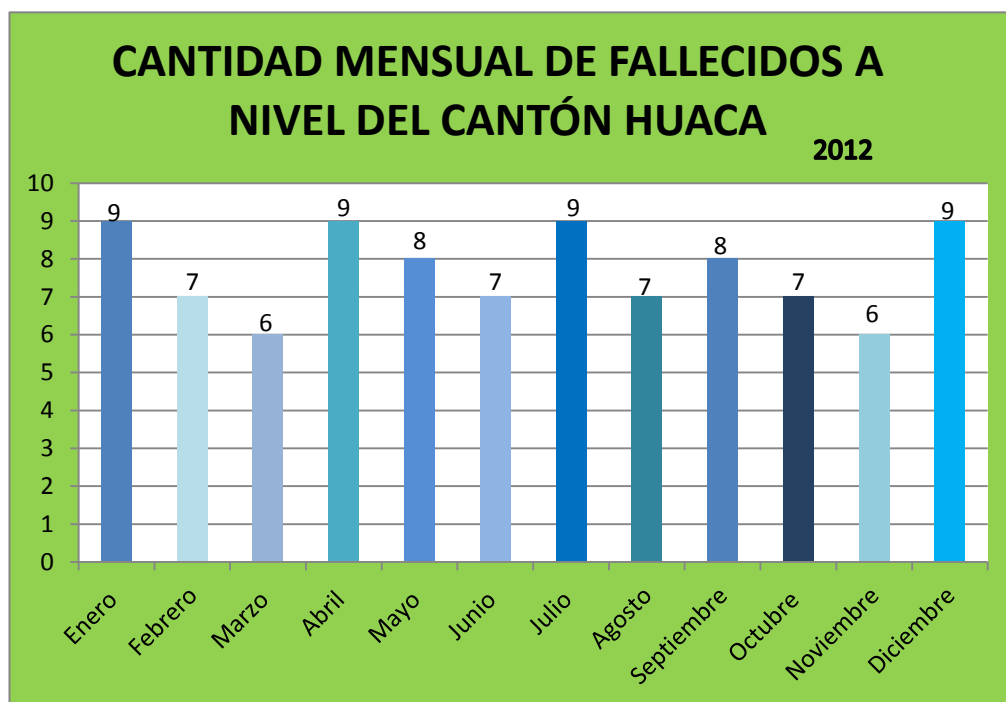
M = Año Proyectado Final

c = Año Proyectado Inicial

r = Tasa de Crecimiento Proyectada

n-1 = Número de Períodos Proyectados

Gráfico 20:
Cantidad mensual de fallecidos a nivel del cantón Huaca



Fuente: Dirección General de Registro Civil, y Cedulación de la ciudad de Huaca

Elaborado por: Autoras

En el año 2012 se estableció la cantidad de 92 fallecidos, en el gráfico precedente se indica los fallecidos en cada mes.

3.7 Demanda Actual

Después de haber realizado la investigación respectiva en la Dirección General del Registro Civil de la ciudad de Huaca, se determinó que en el año 2012 el 67% de fallecidos son de la ciudad de Huaca, donde se va a implantar el proyecto y el 33% son de la parroquia rural del cantón Huaca, como se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 16
Cantidad de fallecidos a nivel de la parroquias del cantón Huaca

AÑO	PARROQUIA URBANA HUACA	PARROQUIA RURAL MARISCAL	CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA
2012	62	30	92
%	67%	33%	100%

Fuente: Dirección General del Registro Civil de la Ciudad de Huaca

Elaborado por: Autoras

3.8 Demanda Futura

Por las características de los servicios que se pretende implantar, se ha considerado obtener para el año 2013 y para los siguientes años, un 90% del total de la demanda proyectada.

Por la tasa de mortalidad que existe en el cantón San Pedro de Huaca, para el año 2013 se tendrá una demanda proyectada de 93 fallecidos que sus familiares harán uso de los servicios funerarios.

Que se pretenden implantar en el presente proyecto; mensualmente se tendrá una cantidad de 8 fallecidos, es decir que semanalmente habrá 2 personas que mueran. (ANEXO C Método Exponencial)

3.9 Proyección de la Demanda

Para establecer la demanda futura, se han considerado las funciones de proyección lineal, exponencial, logarítmica y potencial, aplicando los datos históricos. La proyección se hará para 5 años.

Se ha considerado el método de la función exponencial, por cuanto la tasa de crecimiento de la demanda histórica, es la que mas se asimila a la tasa de crecimiento de la proyección. (Anexo C)

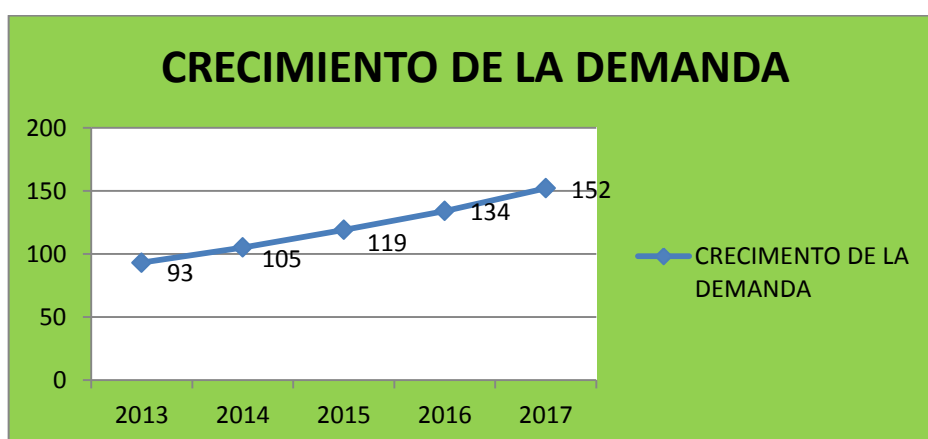
Tabla 17
Proyección de la demanda y de la microempresa de servicios funerarios

Años	Demanda Proyectada	Microempresa de servicios funerarios (90%)
2013	103	93
2014	117	105
2015	132	119
2016	149	134
2017	169	152

Fuente: Proyección de la demanda del método Lineal (ANEXO C)

Elaborado por: Autoras

Gráfico 21:
Demanda que tomará la Microempresa



Fuente: Proyección de la demanda de la nueva Microempresa

Elaborado por: Autoras

Tabla 18
Proyección de la cantidad que harán usos de los tipos de servicios funerarios

AÑOS	1	2	3	4	5
SERVICIOS					
Servicio Integral (55%)	51	58	65	74	84
Servicio Económico (45%)	42	47	54	60	68
TOTAL	93	105	119	134	152

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autoras

En el año 2013 se tendrá 93 fallecidos, que sus familiares harán uso de los dos tipos de servicios funerarios que se pretenden implantar en el presente proyecto; de los cuales mediante el estudio de mercado se logró tener información de que el 55% harán uso del servicio integral, el 45% del servicio económico.

3.10 Precios

La determinación de precios de los dos tipos de servicios funerarios que se pretende ofrecer a los usuarios es muy compleja ya que en este tipo de negocio se toma en cuenta algunas variables como: las condiciones económicas, el grado de competencia, las características de los servicios que se pretende ofrecer, la demanda de usuarios y los costos de la ejecución del proyecto, con el objetivo de obtener un precio razonable, se consultó en a salas de velación , de la ciudad de Tulcán, San Gabriel e Ibarra.

Para los próximos años se hará un incremento de acuerdo a la tasa de inflación del año 2012 que es del 4.16%

Tabla 19
Proyección de Precio

INCREMENTO

4.16%	4.16%	4.16%	4.16%
-------	-------	-------	-------

SERVICIOS	1	2	3	4	5
SERVICIOS					
Servicio Integral	1500,00	1.562,40	1.627,40	1.695,10	1.765,62
Servicio Económico	1200,00	1250,00	1302,00	1356,16	1412,58
VENTA DE FÉRETROS					
Metálicos					
Lineal sin Adornos Modelo Prisma	150,00	156,24	162,74	169,51	176,56
Lineal con Adornos Modelo Limper	165,00	171,86	179,00	186,45	194,21
Lineal con Adornos 3 filas de espejos Modelo Limper Especial	185,00	192,70	200,72	209,07	217,77
Lineal con Adornos 1 fila de espejo Modelo Luzsard	200,00	208,32	216,99	226,02	235,42
Lineal con Adornos 2 filas de espejos y luces Luzsard Especial	240,00	249,98	260,38	271,21	282,49
Lineal con Tapa Cruz y con Adornos	270,00	281,23	292,93	305,12	317,81
Madera					
Modelo Limper Wood	160,00	166,66	173,59	180,81	188,33
Modelo Limper Wood con Adornos	220,00	229,15	238,68	248,61	258,95
Modelo Génesis	270,00	281,23	292,93	305,12	317,81
Modelo Lin Wood	380,00	395,81	412,28	429,43	447,29
Modelo Europeo con aladera y argollas	460,00	479,14	499,07	519,83	541,45
Modelo Marquez	560,00	583,30	607,57	632,84	659,16

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autoras

3.11 Comercialización del Servicio

La comercialización de los servicios que prestará la microempresa de servicios funerarios será de manera directa es decir:



Microempresa: Creación de una sala de velaciones en la ciudad de Huaca.

Clientes: Familiares de los fallecidos en la ciudad de Huaca.

Esta estrategia es una forma de aprovechar y dar imagen a la microempresa, aprovechar las instalaciones motivando a los usuarios que generen sus propias sugerencias para realizar las debidas correcciones en los servicios.

3.12 Publicidad

Para dar a conocer la microempresa y los servicios funerarios que se va a ofrecer en la ciudad de Huaca se utilizará los siguientes medios publicitarios:

a. Sistemas De Publicidad Impresos

Son los más utilizados y se aprovechará las impresiones en diarios como: el Norte, la Hora, el Mirador medios más solicitados de información.

b. Sistema De Publicidad Electrónica

La radio Frontera, Latina, Integración, en TV el canal Norvisión y la WEB.

c. Sistemas Impresos

Folletos sobre la microempresa y su organización, los tipos de servicios; afiches, hojas volantes.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El Estudio Técnico permite determinar los aspectos técnicos, operativos y financieros necesarios para la producción de un servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones, organización requerida, además de estimar los recursos necesarios, para el buen funcionamiento de la microempresa como tal.

4.1 Tamaño del Proyecto

Según datos del Estudio de Mercado, el presente proyecto se orienta a brindar los diferentes tipos de servicios funerarios a 93 fallecidos al año, este dato es facilitado por la proyección de la demanda que se efectuó para el año 2013.

En base a esta información sobre, la microempresa de servicios funerarios requerirá de una infraestructura adecuada para el buen servicio de los mismos, por lo que se ha estimado conveniente crear una microempresa de servicios funerarios en un área de **1513,92** metros cuadrados de terreno, que constituye **30,40** metros de frente por **49,80** metros de fondo; para la construcción, de la obra civil requerida para el proyecto.

La capacidad de personas que pueden acompañar al fallecido en la sala de velaciones es de 100 personas, según datos de plano arquitectónico.

4.2 Localización del Proyecto

4.2.1 Macrolocalización

Se refiere a establecer con toda precisión el lugar geográfico donde va a llevarse a cabo el proyecto tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

- Provincia
- Cantón

4.2.1.1 Provincia

La microempresa de servicios funerarios se ejecutará en la Provincia del Carchi, la centinela del norte como es llamada por su cercanía a la frontera con Colombia, su territorio es un cúmulo de contrastes de imponentes páramos, nevados y de extensos valles o cuencas; poseedora de una rica cultura reflejada en la calidad de su gente. Por ser una zona ubicada a gran altura, el clima de la Provincia del Carchi es frío, con una temperatura que oscila entre los 10 y 12 °C. Limita al norte con Colombia, al sur con la Provincia de Imbabura, al este con las Provincia de Sucumbíos y al oeste con la Provincia de Esmeraldas.

4.2.1.2 Cantón

Luego de haber realizado el estudio en la Provincia ha sido seleccionado el cantón San Pedro de Huaca que al transcurrir de los años ha experimentado un desarrollo físico y poblacional significativo, y su economía se basa en la agricultura y ganadería, que han contribuido al mejoramiento de su calidad de vida.

El Proyecto que se pretende ejecutar, se encontrará ubicado en el cantón San Pedro de Huaca, ya que en este cantón no existe una microempresa de servicios funerarios de esta índole.

Gráfico 22: Macrolocalización del proyecto



Fuente: Departamento de Planificación cantón San Pedro de Huaca

4.2.2 Microlocalización

En esta parte se establece condiciones específicas o particulares que permiten fácilmente establecer el lugar donde va tener efecto el desarrollo del proyecto, para lo cual se complementa la siguiente información.

Se tomó como referencia varios indicadores, ordenados por el grado de influencia que tiene sobre el proyecto y son:

Costo del terreno relativo a la inversión del proyecto; cuenta con todos los servicios básicos; vías de acceso y transporte en buen estado; zona segura y tranquila; el terreno es un suelo seco y por no contar con ríos u otro tipos de corriente de agua es apropiado para realizar el proyecto.

Por medio de este análisis se indica cuál es la mejor alternativa para la instalación del proyecto dentro de la zona elegida, con anterioridad.

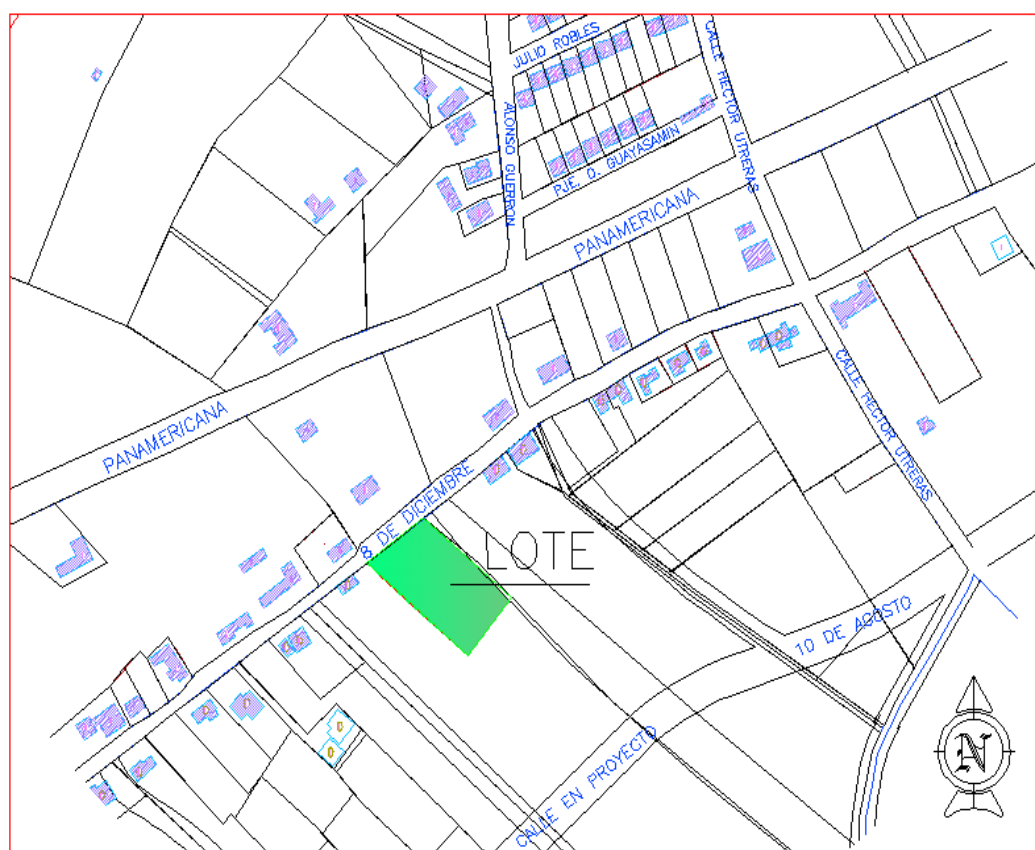
Tabla 20
Matriz de Microlocalización

Fuerzas Locacionales	Porcentaje %	Pajablanca Norte		El Valle		El Aliso	
		Sector 1		Sector 2		Sector 3	
		Calific.	Pond.	Calific.	Pond.	Calific.	Pond.
Costo Terreno	20%	8	1.6	8	1,6	9	1,8
Energía Eléctrica	10%	10	1.0	8	0.8	8	0.8
Agua Potable	10%	10	1.0	5	0,5	7	0,7
Alcantarillado	10%	10	1.0	6	0,6	8	0,8
Vías de Acceso y Transporte	20%	10	2.0	8	1.6	8	1.6
Seguridad de la Zona	15%	9	1.35	7	1.05	8	1.2
Condiciones Topográficas	15%	10	1.5	9	1.35	7	1.05
TOTAL	100%		9.45		7.50		7.95

ELABORADO POR: Autoras

Del análisis efectuado a las fuerzas locacionales señaladas se ha tomado la decisión que la Microlocalización óptima para instalar la sala de velaciones será en el barrio Pajablanca Norte de la ciudad de San Pedro de Huaca, calle 8 de Diciembre y Panamericana cerca a la cooperativa San Francisco.

Gráfico 23: Croquis de Microlocalización



4.3 Ingeniería del Proyecto

4.3.1 Ingeniería Civil

4.3.3.1 Áreas e infraestructura requerida para la microempresa

Las áreas e infraestructura física de las instalaciones de la microempresa de servicios funerarios tienen como objetivo brindar un ambiente de

elegancia, comodidad y sobre todo facilidad para los familiares y acompañantes, en esos momentos de dolor; es así que se ha visto necesario que este sitio de servicios funerarios cuente con los siguientes servicios:

a. Salas de Velaciones

El proyecto contará con dos salas de velaciones, sala uno 180 metros cuadrados, sala dos 162.20 metros cuadrados con una capacidad de 100 personas que acompañarán en esos momentos al fallecido, las salas se complementan con las funerarias y los instrumentos necesarios y sobre todo con una decoración de primera para brindar un ambiente de elegancia, comodidad, paz y tranquilidad para sus seres queridos.

b. Sala de fumadores

Tiene un área de 28,24 metros cuadrados donde los acompañantes tendrán un espacio para relajarse.

c. Estar

El estar es una sala pequeña de espera que tendrá un área de 92,12 metros cuadrados.

d. Floristería

La floristería tendrá un área de 9,52 metros cuadrados; la cual ofrecerá una gran variedad de arreglos florales, las flores con las que se realizarán los arreglos serán de gran variedad como rosas, girasoles, lirios, anturios, crisantemos, cartuchos, claveles, orquídeas y la venta de velas.

e. Cocina

La cocina tendrá un área de 22.68 metros cuadrados se usará esencialmente para preparar los insumos que se brindarán en la cafetería.

f. Cafetería

El servicio de cafetería tendrá un área de 24 metros cuadrados, contará con una capacidad para 20 personas las mesas y la decoración serán acordes al medio donde se está desarrollando el proyecto. Para la atención de los acompañantes, la funeraria provee del personal para la atención de la cafetería.

La funeraria brindará la opción del café y variedades de aromáticas acompañadas de galletas, sandwiches y caramelos de primera calidad.

g. Batería sanitarias

Tendrá un área de 70,70 metros cuadrados, el cual constará de seis baños; tres para hombres y tres para mujeres.

h. Parqueadero

El Parqueadero, tendrá una área de 124,67 metros cuadrados este sitio estará destinado para parquear los vehículos de los acompañantes y además servirá para guardar el auto carroza de la microempresa de servicios funerarios.

i. Sala de Internet

El servicio de internet tendrá un área de 40 metros cuadrados, la cual será utilizada para recibir las condolencias desde el exterior.

j. Bodega

La bodega estará construida en un área de 20 metros cuadrados; la cual servirá para guardar todos los accesorios de la microempresa.

k. Sala de Exhibiciones

La sala de exhibiciones tendrá un área de 50 metros cuadrados; en la cual se exhibirán a la venta los féretros, y el traje mortaja.

l. Oficina

El área administrativa tendrá un área de 12 metros cuadrados constará de una oficina, la misma que será para el administrador quien se encargará de todo el manejo de la microempresa de servicios funerarios.

m. Tanatopraxia

Tendrá un área de 36 metros cuadrados en el cual se hará el arte de maquillar al difunto.

n. Hall

El Hall es un corredor que permitirá llegar a cada una de las áreas, que tendrá 138,60 metros cuadrados, para mayor elegancia aquí habrá una Glorieta de ángeles.

o. Guardianía

Tendrá una área de 8.94 metros cuadrados donde se encontrará el vigilante.

p. Área verde

Dentro de un proyecto el área verde es de gran importancia ya que sirve de recreación en cualquier circunstancia el espacio verde tendrá un área de 494,23 metros cuadrados.

4.3.3.2 Presupuesto Referencial

Tabla 21
Presupuesto para la construcción de la Microempresa

INFRAESTRUCTURA: Construcción e Instalación de la Microempresa					
Planta	Descripción	Nº unidades (piezas)	Tamaño m2	Costo por m2	Costo total
1				\$ 250,00	\$ 254.922,50
	Sala de velaciones 1	1	180,00		
	Sala de velaciones 2	1	162,20		
	Sala de fumadores	2	28,24		
	Estar	1	92,12		
	Oficina	1	12,00		
	Sala de exhibición	1	50,00		
	Floristería	1	9,52		
	Cocina	1	22,68		
	Cafetería	1	24,00		
	Baterías Sanitarias	1	70,70		
	Sala de Internet	1	40,00		
	Bodega	1	20,00		
	Tanatopraxia	1	36,00		
	Hall	1	138,60		
	Guardianía	1	8,96		
	Parqueadero	1	124,67		
TOTAL			1019.69 m2		\$ 254.922,50

Fuente: Arq. Giotto Guerra

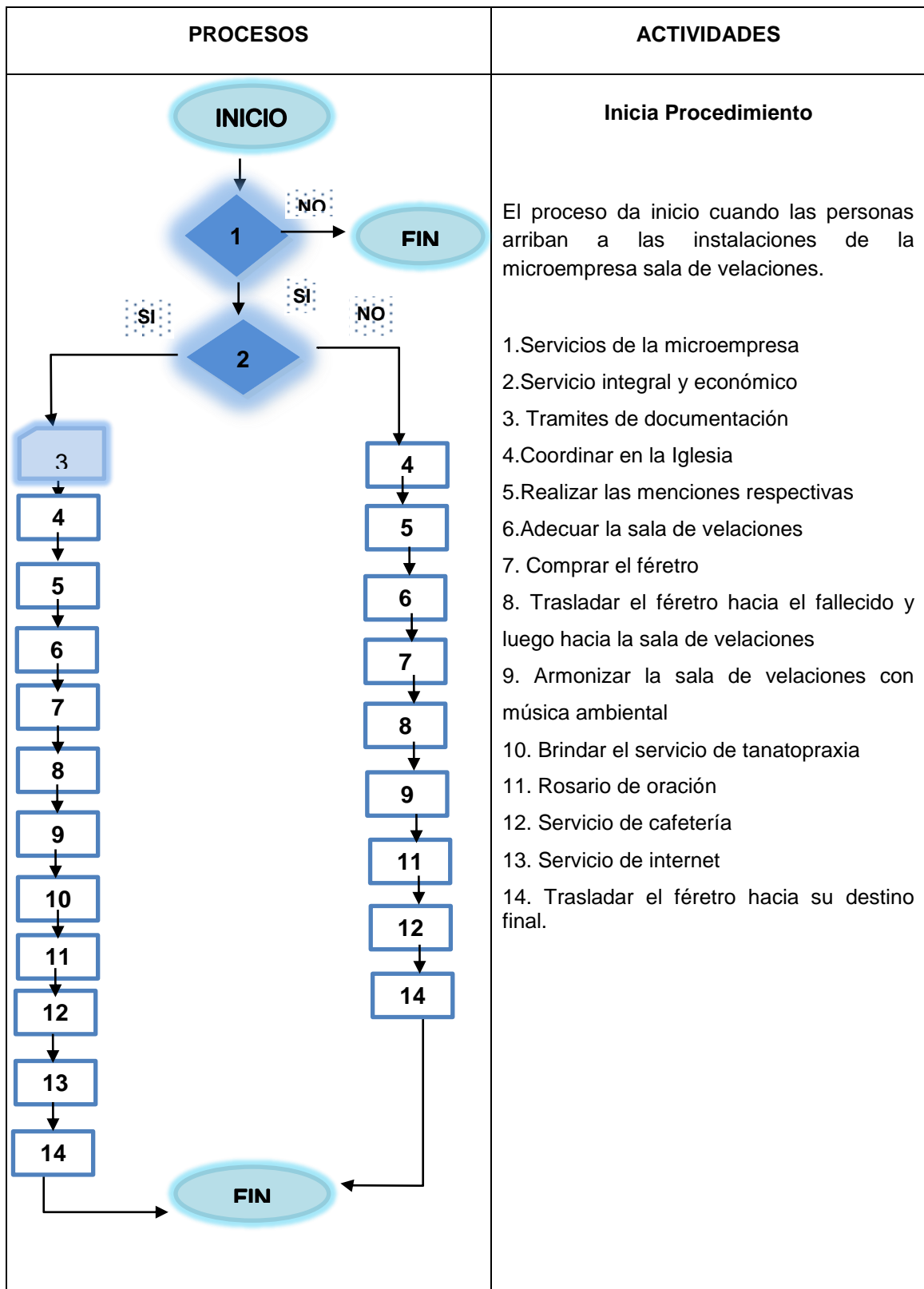
Elaborado por: Autoras

En el costo de cada metro cuadrado está incluido el costo de los materiales de construcción, la mano de obra y las instalaciones.

4.3.2 Procesos del servicio

La microempresa de servicios funerarios realizará los siguientes procesos.

Cuadro 4
Flujograma del proceso de servicios



Elaborado por: Autoras

4.3.3 Inversión

4.3.3.1 Inversiones Fijas

a. Terreno

Para la construcción de la microempresa de sala de velaciones, se necesita una extensión de 1513,92 metros cuadrados, con las siguientes dimensiones: 30,40 metros de frente por 49,80 metros de fondo. Con un costo de 2,50 dólares por metro cuadrado, dando un total de \$ 3.784,80

Tabla 22
Activo Fijo Terreno

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Terreno	M2	1513,92	2,50	3.784,80
Total				3.784,80

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autoras

b. Construcción de espacios Físicos

La construcción de la planta tiene un área total de 1019,69 metros cuadrados. El costo de cada metro cuadrado de construcción, incluyendo instalaciones y adecuaciones es de \$ 250,00 por lo que tendrá un costo total de \$ 254.922,50

Tabla 23
Costo de la construcción

Detalle	Valor x m2	Valor/total
Área de construcción 1019,69 metros cuadrados	\$250,00	\$ 254.922,50
TOTAL \$ 254.922,50		

Fuente: Arq. Giotto Guerra

Elaborado por: Autoras

c. Vehículo

El vehículo se empleará especialmente para trasladar al fallecido hacia la sala de velación, luego a la iglesia y por ultimo al cementerio. El vehículo será de marca LUV DIMAX usado su costo asciende a \$ 20.000 mil dólares americanos.

Tabla 24
Costo del Vehículo

DETALLE	MARCA	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Camioneta doble cabina 4x4	LUV DIMAX	1	20.000,00
TOTAL			\$20.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autoras

d. Equipos y Maquinaria

Los costos de todos los equipos, accesorios e implementos para brindar el servicio funerario, se detalla en los siguientes cuadros:

Tabla 25
Costo de Equipos y Maquinaria

DETALLE	Q	PRECIO/U	PRECIO TOTAL
Amplificadores	2	150.00	300.00
Micrófonos	2	50.00	100.00
Parlantes	4	60.00	240.00
Refrigeradora	1	700.00	700.00
Cocina Industrial	1	200.00	200.00
Sanduchera	2	110.00	220.00
Cafeteras	2	30.00	60.00
Tanques de gas	2	60.00	120.00
Dispensador de Jabón líquido	4	20.00	80.00
Dispensador de papel higiénico	4	2.00	80.00
Maquina de formolización	1	500.00	500.00
Capilla Ardiente	2	2000.00	4000.00
TOTAL			6.600,00

Fuente: Comercial San Andresito

Elaborado por: Autoras

Tabla 26
Costo de menajes de cocina

Detalle	U	Q	Costo /U	TOTAL
Ollas grandes:				
Nº 40		1	50,00	50,00
Nº 30		1	25,00	25,00
Charoles		6	10,00	60,00
Cucharones		4	4,00	16,00
Cuchillos		5	2,00	10,00
Platos y tazas	Juego (6)	20	5,00	100,00
Cucharillas	Docena	10	2,50	25,00
Basureros		6	10,00	60,00
Dispensador		1	20,00	20,00
Botiquín		1	50,00	50,00
Extintor		1	100,00	100,00
TOTAL				516,00

Fuente: Almacén Jhair

Elaborado por: Autoras

e. Equipo de Cómputo

El equipo de cómputo necesario para el desarrollo de las actividades son los siguientes:

Tabla 27
Costo de Equipo de Compuo

DETALLE	Q	COSTO/U	TOTAL
Computadoras Intel Corei7.4 gigas en RAM 520 de disco duro2.33Hz	6	800,00	4800,00
Impresoras Multifunciones Inkjet a color	2	300,00	600,00
Teléfonos / fax	3	50,00	150,00
Sumadoras	4	35,00	140,00
TOTAL			5705,00

Fuente: COMPUMAX

Elaborado por: Autoras

f. Muebles y Enseres

Este rubro de muebles y enseres para el área administrativa y el área de servicio se cuantifica en el siguiente cuadro:

Tabla 28
Costo de Muebles y Enseres

DETALLE	Q	COSTO/U	TOTAL
Escritorios Ejecutivos	3	150,00	450,00
Archivadores metálicos de 4 gavetas	4	90,00	360,00
Estanterías	4	180,00	720,00
Sillas para sala de velaciones metálicas con asientos de cuero sintético	200	20,00	4000,00
Sillas giratorias	3	30,00	90,00
Vitrinas	2	120,00	240,00
Juegos de mesas redondas con 6 sillas	6	180,00	1080,00
Mesa para sala de reuniones de 8 puestos	1	220,00	220,00
Juegos de sala de estar	1	580,00	580,00
TOTAL			7.740,00

Fuente: La Casa Del Mueble

Elaborado por: Autoras

4.3.3.2 Inversiones Diferidas

Se estima los rubros de la puesta en marcha y otros imprevistos que pueden suscitarse en la creación de la microempresa.

Tabla 29
Activos Diferidos

DETALLE	TOTAL
Gastos de Constitución	800,00
Estudio y Diseño del Proyecto	1.200,00
TOTAL	\$2.000,00

Fuente: Información de Expertos

Elaborado por: Autoras

4.3.3.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo señala los recursos que la microempresa requerirá para empezar con sus operaciones empresariales.

Tabla 30
Capital de Trabajo

SERVICIOS	AÑOS	1
Costo de Producción		15.960,96
Gastos Administrativos		25.403,60
Gastos de Venta		1.303,60
TOTAL		42.668,16
Capital de Trabajo para dos meses.		7.111,36

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autoras

CAPITAL DE TRABAJO = Costo de Producción + Gastos Administrativos + Gastos de Ventas

Capital de Trabajo = 15.960,96 + 25.403,60 + 1.303,60

Capital de Trabajo = 42.968,16Anual

CAPITAL DE TRABAJO PARA DOS MESES = 7.111,36

Para el Capital de Trabajo se ha considerado los gastos anuales de la Tabla 38 Costos de Producción; la Tabla 47 Gastos Administrativo; la Tabla 50 Gastos de Venta; de esta manera teniendo un saldo Inicial de efectivo para iniciar de \$ 42.668,16 Anual y para los dos primeros meses de \$ 7.111,36.

Tabla 31
Resumen de Inversiones del Proyecto

DETALLE	TOTAL
1. Activos Fijos	
Terreno	3.784,80
Obra civil e Infraestructura	254.922,50
Vehículo	20.000,00
Equipo y maquinaria	6.600,00
Menajes de cocina	516,00
Equipo de computo	5.690,00
Muebles y enseres	7.740,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	299.253,30
2. Activos Diferidos	
Gastos de constitución	800,00
Estudio y diseño del proyecto	1.200,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2.000,00
3. Capital de Trabajo	7.111,36
TOTAL DE LA INVERSIÓN	308.364,66

Fuente: Datos entregados por Profesionales y Proveedores

Elaborado por: Autoras

4.3.4 Financiamiento

El proyecto contará con fuentes de financiamiento, tanto con recursos propios como también de un crédito en una institución financiera.

Tabla 32
Fuente de la Inversión

Fuente	Valor	Porcentaje
Capital Propio	238.364,66	77.30%
Crédito	70.000,00	22.70%
Inversión	308.364,66	100%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Autoras

4.3.5 Talento Humano

El talento humano, asignado para el buen funcionamiento del proyecto es el siguiente:

Tabla 33
Talento Humano

CARGO	Nº	SUELDO MENSUAL
Administrador	1	570,00
Guardia	1	450,00
Vendedor	1	318,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autoras

CAPITULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero nos permite analizar el comportamiento de los ingresos generados por el proyecto, frente a los gastos que son establecidos, que se puede evidenciar con el uso de herramientas como el cálculo del valor actual neto, la tasa interna de retorno, el periodo de recuperación, el punto de equilibrio entre otros, mismos que permiten conocer la rentabilidad en el tiempo actual y a futuro de acuerdo a las restricciones propias del proyecto.

5.1 Determinación de Ingresos

Son los valores obtenidos por la venta de cada uno de los diferentes paquetes que brindará la microempresa en su vida útil. Los mismos que servirán para cubrir los costos que ésta generará.

Para determinar los ingresos que proporcionará la microempresa de servicios funerarios, se procedió de la siguiente forma:

La cantidad total de fallecidos que harán uso de los servicios funerarios multiplicado por el precio. Este proceso se lo efectuará en todos los años considerados como vida útil del proyecto y establecido tanto la cantidad como el precio en el Estudio de Mercado.

Tabla 34
Ingresos Projectados

SERVICIOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
SERVICIO INTEGRAL					
Cantidad	51	58	65	74	84
Precio	1.500,00	1.562,40	1.627,40	1.695,10	1.765,62
Ingreso	76.500,00	90.619,20	105.781,00	125.437,40	148.312,08
SERVICIO ECONÓMICO					
Cantidad	42	47	54	60	68
Precio	1.200,00	1.250,00	1.302,00	1.356,16	1.412,58
Ingreso	50.400,00	58.750,00	70.308,00	81.369,60	96.055,44
TOTAL DE INGRESOS	126.900,00	149.369,20	176.089,00	206.807,00	244.367,52

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autoras

5.2 Determinación de Egresos

Son los gastos que incurrirá la microempresa para cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes, con el objetivo de brindar un servicio de calidad y satisfacción.

Tabla 35
Materiales

SERVICIOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
FERETROS					
Metálicos					
Lineal con adornos Modelo Limper					
Cantidad	51	58	65	74	84
Precio	135,00	140,62	146,47	152,56	158,91
Valor	6.885,00	8.155,96	9.520,55	11.289,44	13.348,44
Lineal sin adornos Modelo Prisma					
Cantidad	42	47	54	60	68
Precio	100,00	104,16	108,49	113,00	117,70
Valor	4.200,00	4.895,52	5.858,46	6.780,00	8.003,60
VELAS					

Velas Grandes					
Cantidad	40D	45D	51D	57D	65D
Precio	15,00	15,62	16,27	16,95	17,66
Valor	600,00	702,90	829,77	966,15	1.147,90
Velas Perfumadas					
Cantidad	24D	27D	31D	35D	39D
Precio	21,00	21,87	22,78	23,73	24,72
Valor	504,00	590,49	704,63	830,55	964,04
ROSARIOS					
Cantidad	8D	9D	10D	11D	13D
Precio	18,00	18,75	19,53	20,34	21,19
Valor	144,00	168,75	195,30	223,74	275,47
TRAJE MORTAJA					
Cantidad	8D	9D	10D	11D	13D
Precio	200,00	208,32	217,00	226,03	235,43
Valor	1.600,00	1.874,88	2.170,00	2.486,33	3.060,59
MATERIA DE MAQUILLAJE					
Cantidad	1 C	2D	2D	2D	2D
Precio	50,00	52,08	54,25	56,51	58,86
Valor	50,00	104,16	108,50	113,02	117,72
Total costos	13.983,00	16.492,66	19.387,21	22.689,23	26.917,76
2% de imprevistos	279,66	329,85	387,74	453,78	538,36
TOTAL	14.262,66	16.822,51	19.774,95	23.143,01	27.456,12

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autoras

Nota: Todos los cálculos para la proyección de los precios se realizó con 4.16% según la inflación del año 2012.

a. Costo de Mano de Obra Directa

Se refiere al personal que participa directamente en el proceso de producción de los servicios que generará el proyecto, a continuación se presenta la consolidación de mano de obra directa proyectada a cinco años:

El salario del Tanatopractor, y servicio de cocina y limpieza serán de acuerdo a los servicios que realice la microempresa.

Tabla 36
Costo de mano de obra

ANOS	1	2	3	4	5
CARGO					
TANATOPRACTOR					
Cantidad	51	58	65	74	84
Valor por servicio	5,00	5,21	5,43	5,66	5,90
Valor	255	302,18	352,95	418,84	495,60
SERVICIO DE COCINA Y LIMPIEZA					
Cantidad	93	105	119	134	152
Valor por servicio	10,00	10,42	10,85	11,30	11,77
Valor	930,00	1.094,10	1.291,15	1.514,20	1.789,04
TOTAL	1.185,00	1.396,28	1.644,10	1.933,04	2.284,64

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

Lo conforma el pago por el gasto que agrupa las asignaciones destinadas a la adquisición de servicios necesarios para el funcionamiento de las entidades. Comprende servicios tales como: energía eléctrica, agua potable.

Tabla 37
Proyección de costos indirectos

ANOS	1	2	3	4	5
RUBROS					
ENERGÍA ELÉCTRICA					
KW/ H	5100	5300	5500	5700	5900
Precio KW / H	0,083	0,093	0,103	0,113	0,123
Valor	423,30	492,90	566,50	644,10	725,70
AGUA POTABLE					
m 3	600	630	660	690	720
Precio m3	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19
Valor	90,00	100,80	112,20	124,20	136,80
TOTAL	513,30	593,70	678,70	768,30	862,50

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

b. Costos de Producción

Para este rubro se tomó en cuenta a materiales, mano de obra y los costos indirectos.

Tabla 38
Costo de Producción

AÑOS	1	2	3	4	5
RUBROS					
Materiales	14.262,66	16.822,51	19.774,95	23.143,01	27.456,12
Mano de Obra	1.185,00	1.396,28	1.644,10	1.933,04	2.284,64
Costos Indirectos	513,30	593,70	678,70	768,30	862,50
TOTAL	15.960,96	18.812,49	22.097,75	25.844,35	30.603,26

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

c. Gastos Administrativos

Gastos reconocidos sobre las actividades administrativas de la microempresa, en este caso se incluye, sueldos y salarios del personal administrativo; servicios de comunicación, suministros y materiales, en el funcionamiento de la microempresa.

Tabla 39
Sueldo Básico Histórico Mensual

AÑOS	Sueldo Básico Mensual
2009	218,00
2010	240,00
2011	264,00
2012	292,00
2013	318,00

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: Autoras

Para determinación de los sueldos del personal de los siguientes años se hará utilizando la tasa de crecimiento observado en el periodo 2013 cuyo valor es del 90.9% siendo su cálculo así:

$$M = c(1 + r)^{n-1}$$

$$r = \sqrt[n-1]{\frac{M}{c}} - 1$$

$$r = \sqrt[4]{\frac{318}{218}} - 1$$

$$r = 0.098987 = 9.90\%$$

El Salario Básico Unificado representa un incremento del 9.90% para los siguientes años debido a la tasa de crecimiento.

Tabla 40
Sueldo básico unificado mensual por persona

	1	2	3	4	5
Administrador	570,00	626,43	688,45	756,64	831,51
Guardia	450,00	494,55	543,51	597,32	656,45
Vendedor	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
TOTAL	1338,00	1470,46	1616,04	1776,03	1951,85

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

En lo referente a la mano de obra en el cuadro siguiente se puede observar a todo el personal necesario e indispensable para el buen funcionamiento de la microempresa.

Tabla 41
Remuneración anual

	1	2	3	4	5
S.B.Unificado	16056,00	17645,52	19392,48	21312,36	23422,20
Aporte Patronal 12.15%	1950,80	2143,93	2356,18	2589,45	2845,80
Fondo de Reserva		1470,46	1616,04	1776,03	1951,85
Decimo Tercero	1338,00	1470,46	1616,04	1776,03	1951,85
Decimo Cuarto	954	1048,45	1152,24	1266,31	1391,68
TOTAL	20298,80	23778,82	26132,98	28720,18	31563,38

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

El honorario del Contador será por el día o días en cada mes que realice la contabilidad .

Tabla 42
Proyección de Honorarios

CARGO	AÑO	1	2	3	4	5
Contador						
Honorario por mes		70,00	90,00	110,00	130,00	150,00
Meses		12	12	12	12	12
Total		840,00	1.080,00	1.320,00	1.560,00	1.800,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

El salario del Chofer será de acuerdo a los servicios que realice la microempresa.

Tabla 43
Proyección Salarios

CARGO	AÑOS	1	2	3	4	5
CHOFER						
Cantidad		93	105	119	134	152
Valor por servicio		10,00	10,42	10,85	11,30	11,77
TOTAL		930,00	1094,10	1291,15	1514,20	1789,04

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

Dentro de los servicios básicos que utilizará la microempresa tenemos los siguientes:

Tabla 44
Servicios de comunicación

RUBROS	AÑOS	1	2	3	4	5
TELEFONO						
Minutos		4560	4700	4900	5100	5300
Precio Minuto		0,02	0,03	0,04	0,05	0,06
Valor		91,20	141,00	196,00	255,00	318,00
INTERNET						
Minutos		6000	6200	6400	6600	6800
Precio Minuto		0,036	0,046	0,056	0,066	0,076
Valor		216,00	285,20	358,40	435,60	516,80
TOTAL		307.20	426.20	554.40	690.60	834.80

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

Este gasto corresponde a todos los productos de limpieza e implementos básicos de aseo y desinfección que se adquirirá para mantener adecuadamente las instalaciones de la microempresa de servicios funerarios, para que los clientes se sientan a gusto.

Tabla 45
Suministros y útiles de limpieza por mes

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Valor Mensual
Papel higiénico (paquetex12)	2	12,00	288,00
Jabón líquido (galón)	2	18,00	432,00
Gel Antiséptico (galón)	2	23,00	552,00
Desinfectante de Baño (galón)	4	10,00	480,00
Aromatizante de pisos (galón)	4	13,00	624,00
Escobas	5	4,00	240,00
Trapeadores	6	5,00	360,00
Fundas de baño (paquetes unid)	5	0,85	51,00
Total Año			3027,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

Tabla 46
Suministros y útiles de limpieza por año

RUBROS	AÑOS	1	2	3	4	5
Suministros y U de limpieza		3027,00	3152,92	3284,08	3420,70	3563,00
Total		3027,00	3152,92	3284,08	3420,70	3563,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

Tabla 47
Resumen de Gastos Administrativos

RUBROS	AÑOS	1	2	3	4	5
Sueldos y salarios		22.068,80	25.952,92	28.952,92	31.884,38	35.152,42
Servicios de Comunicación		307,20	426,20	554,40	690,60	834,80
Suministros y U. Limpieza		3027,00	3152,92	3284,08	3420,70	3563,00
TOTAL		25.403,00	29.532,04	32.582,93	35.905,68	39.550,22

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

g. Gastos de Venta

Este rubro corresponde al gasto que se realizará con el fin de dar a conocer los servicios que brindara la microempresa.

Tabla 48
Proyección de Gastos de Venta

RUBROS	AÑOS	1	2	3	4	5
PUBLICIDAD RADIAL						
Cuñas		300	320	320	320	320
Precio Cuña		2,50	2,55	2,65	2,75	2,85
Valor		750,00	816,00	848,00	880,00	912,00
HOJAS VOLANTES						
Cantidad		1000	1050	1100	1150	1200
Precio		0,03	0,04	0,05	0,06	0,07
Valor		30,00	42,00	55,00	69,00	84,00
DISEÑO PAGINA WEB						
Cantidad		1	2	3	3	3
Precio		50,00	55,00	60,00	65,00	70,00
Valor		50,00	110,00	180,00	195,00	210,00
TOTAL		830,00	968,00	1.083,00	1.144,00	1.206,00

Fuente: Estudio Técnico

ELABORADO POR: Autoras

Este corresponde a la necesidad de comprar combustible para el vehículo de la microempresa.

Tabla 49
Combustible

RUBROS	ANOS	1	2	3	4	5
Galón		320	330	340	350	360
Precio Galón		1,48	1,50	1,55	1,60	1,65
TOTAL		473,60	495,00	527,00	560,00	594,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

Tabla 50
Resumen de Gastos Ventas

RUBROS	AÑOS	1	2	3	4	5
Publicidad Radial		750,00	816,00	848,00	880,00	912,00
Hojas volantes		30,00	42,00	55,00	69,00	84,00
Pagina Web		50,00	110,00	180,00	195,00	210,00
Combustibles		473,60	495,00	527,00	560,00	594,00
TOTAL		1.303,60	1.463,00	1.610,00	1.704,00	1.800,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Autoras

h. Gastos Financieros

El crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Gabriel es de \$ 70.000,00 a una tasa de Interés 21% anual pagaderos a un plazo de 3 años; quedando la tabla de amortización de la siguiente manera.

Monto: 70.000,00

Interés: 21% anual – capitalizable Trimestralmente (5.25 %)

Plazo: 3 años (12 trimestres)

Tabla 51
Amortización del Préstamo

TABLA DE AMORTIZACION				
Periodo	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				70.000,00
1	8.009,52	3.675,00	4.334,52	
2	8.009,52	3.447,43	4.562,09	61.103,39
3	8.009,52	3.207,92	4.801,60	56.301,79
4	8.009,52	2.955,84	5.053,68	51.248,11
5	8.009,52	2.690,53	5.319,00	45.929,11
6	8.009,52	2.411,27	5.598,25	40.330,86
7	8.009,52	2.117,37	5.892,15	34.438,71
8	8.009,52	1.808,03	6.201,49	28.237,22
9	8.009,52	1.482,45	6.527,07	21.710,15
10	8.009,52	1.139,78	6.869,74	14.840,40
11	8.009,52	779,12	7.230,40	7.610,00
12	8.009,52	399,52	7.610,00	-0,00
TOTAL	96.114,30	26.114,30	70.000,00	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

Tabla 52
Resumen de Gasto Financiero

RUBROS	AÑOS	1	2	3
Interés Inst. Financiera		13.286,21	9.027,21	3.800,88
TOTAL		13.286,21	9.027,21	3.800,88

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

i. Depreciaciones

Las Depreciaciones de los activos fijos de la microempresa, se calculará en base a los siguientes porcentajes.

Tabla 53
Porcentajes de las Depreciaciones

DETALLE	Vida Útil	PORCENTAJES
Edificio	20 Años	5%
Equipo y maquinaria	10 Años	10%
Equipo de Oficina	10 Años	10%
Equipo de computo	3 Años	33%
Muebles y enseres	10 Años	10%
Menaje de cocina	5 Años	20%
Vehículo	5 Años	20%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

Para calcular las depreciaciones de los activos fijos lo haremos mediante el cálculo del método lineal recta tomando en cuenta la vida útil del bien.

Tabla 54
Calculo Depreciaciones

AÑOS	COSTO	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
Edificio	254.922,50	12.746,13	12.746,13	12.746,13	12.746,13	12.746,13
Equipo y maquinaria	6.600,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00
Equipo de Oficina	290,00	29,00	29,00	29,00	29,00	29,00
Equipo de computo	5.400,00	1.782,00	1.782,00	1.782,00		
Muebles y enseres	7.740,00	774,00	774,00	774,00	774,00	774,00
Menaje de cocina	516,00	103,20	103,20	103,20	103,20	103,20
Vehículo	20.00,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
TOTAL		20.094,33	20.094,33	20.094,33	18.312,33	18.312,33

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

Las amortizaciones se calcularán en base a los siguientes porcentajes.

Tabla 55
Porcentajes Amortizaciones

DETALLE	Vida Útil	PORCENTAJES
Gastos de Constitución	5 Años	20%
Estudio Y Diseño del Proyecto	5 Años	20%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

Para calcular las amortizaciones de los activos diferidos lo realizaremos mediante el método de línea recta.

Tabla 56
Calculo de amortizaciones activos diferidos

DETALLE	COSTO	1	2	3	4	5
Gastos de Constitución	800,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Estudio y Diseño del Proyecto	1.200,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
TOTAL	2.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

Tabla 57
Resumen de Egresos

	1	2	3	4	5
C. Producción	15.960,96	18.812,49	22.097,75	25.844,35	30.603,26
G. Administrativos	25.403,00	29.532,04	32.582,93	35.905,68	39.550,22
Gastos de Venta	1.303,60	1.463,00	1.610,00	1.704,00	1.800,00
Gastos Financieros	13.286,21	9.027,21	3.800,88		
Depreciaciones	20.094,33	20.094,33	20.094,33	18.312,33	18.312,33
Amortizaciones	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
TOTAL	76.448,10	79.329,07	80.585,89	82.166,36	90.665,81

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

5.3 Estado de Situación Financiera

MICROEMPRESA SALA DE VELACIONES "SAN PEDRO DE HUACA"
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVOS

ACTIVOS CORRIENTES	\$ 7.111,36
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 7.111,36

ACTIVOS FIJOS

Terreno	3.784,80
Obra civil e Infraestructura	254.922,50
Vehículo	20.000,00
Equipo y maquinaria	6.600,00
Menaje de cocina	516,00
Equipo de computo	5.690,00
Muebles y enseres	7.740,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	299.253,30

ACTIVOS DIFERIDOS

Gastos de Constitución	800,00
Estudio y Diseño del Proyecto	1.200,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2.000,00

TOTAL ACTIVOS **308.364,66**

PASIVOS

Deuda por pagar a largo plazo 70.000,00

PATRIMONIO

Aporte Accionistas 238.364,66
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO **308.364,66**

Gerente- Propietario

Contador

5.4 Proyección de Estado de Resultados Projectados

Es un informe financiero donde se muestra en forma ordenada los ingresos y costos proyectados, con el fin de obtener la utilidad neta durante la vida útil del proyecto.

Tabla 58
Estado de Resultados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	126.900,00	149.369,20	176.089,00	206.807,00	244.367,52
(-) Costo del Servicio	15.960,96	18.812,49	22.097,75	25.844,35	30.603,26
(-) Depreciaciones	20.094,33	20.094,33	20.094,33	18.312,33	18.312,33
(=) UTILIDAD BRUTA	90.844,71	110.462,38	133.896,92	162.650,32	195.451,93
(-) Gastos Administrativos	25.403,00	29.532,04	32.582,93	35.905,68	39.550,22
(-) Gastos de Venta	1.303,60	1.463,00	1.610,00	1.704,00	1.800,00
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	64.138,11	79.467,34	99.703,99	125.040,64	154.101,71
(-) Gastos Financieros	13.286,21	9.027,21	3.800,88		
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRABAJADORES	50.851,90	70.440,13	95.903,11	125.040,64	154.101,71
(-) 15% Participación Trabajadores	7.627,79	10.566,02	14.385,47	18.756,10	23.115,26
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	43.224,11	59.874,11	81.517,64	106.284,54	130.989,45
(-) 22% Impuesto a la Renta	9.509,30	13.172,30	17.933,88	23.382,60	28.817,02
(=) UTILIDAD NETA	33.714,81	46.701,81	63.583,76	82.901,94	102.172,43

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

5.5 Flujo de Caja

Se presenta a continuación el flujo de caja proyectado para cinco años.

Tabla 59
Flujo de Caja Proyectado

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	308.364,66					
UTILIDAD OPERACIONAL		64.138,11	79.467,34	99.703,99	125.040,64	154.101,71
(+) Depreciaciones		20.094,33	20.094,33	20.094,33	18.312,33	18.312,33
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRABA		84.232,44	99.561,67	119.798,32	143.352,97	172.414,04
(-) (15% Participación Trabajadores)		7.627,79	10.566,02	14.385,47	18.756,10	23.115,26
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		76.604,65	88.995,65	105.412,85	124.596,87	149.298,78
(-) (22% Impuesto a la Renta)		9.509,30	13.172,30	17.933,88	23.382,60	28.817,02
(-) Reversión (Computadoras)					6.000,00	
(+) Recuperación Inversión						267.668,63
FLUJO DE CAJA		67.095,35	75.823,35	87.478,97	95.214,27	388.150,39

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

5.6 Determinación de la Tasa de Redescuento

La inversión de los socios será 77.30%, considerándose al capital del 4.53% que es la tasa pasiva y la financiada será del 22.70% restante de la inversión, la misma que tiene una tasa de 21%.

Tabla 60
Tasa de Redescuento

DESCRIPCION	VALOR	PORCENTAJE	TASA PONDERACION	TASA PONDERADA
Capital Propio	238.364,66	77.30%	4.53%	3.50
Crédito	70.000,00	22.70%	21.00%	4.77
TOTAL	308.364,60	100%	25.53%	8.27

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

CÁLCULO

Tasa de Redescuento = (1 + Costo de Oportunidad) (1+riesgo país) -1

Tasa de Redescuento = (1+0.0827) (1+0.0636) -1 = 0.1516 *100= 15.16

De donde:

0.0827 = Costo de Oportunidad

0.0636 = Riesgo País

15,16% = Tasa de Redescuento

Fuente: Banco Central del Ecuador

5.7 Evaluación Financiera

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

5.7.1 Valor Actual Neto (Van)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros.

Este criterio plantea que:

Si el VAN es > a 0 es Viable

Si el VAN ES < a 0 no es Viable

FORMULA DEL VAN

$$VAN = -I + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

De Donde:

VAN = Valor Actual Neto

FNC = Flujo Neto de Caja

I = Inversión

i = Tasa de Redescuento

n = Tiempo de vida útil del Proyecto

Inversión = **308.364,66**

Tasa de Redescuento = 15.16%

Tabla 61
Flujos Netos Actualizados

PERIODO	Flujos Netos de Caja	Flujos Netos Actualizados (15,16%)
1	67.095,35	58.262,72
2	75.823,35	57.174,14
3	87.478,97	57.279,43
4	95.214,27	62.344,35
5	388.150,39	191.642,46
TOTAL	713.762,33	426.703,10

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

$$\text{VAN} = - 308.364,66 + 426.703,10$$

$$\text{VAN} = \$ 118.338,44$$

E l valor actual neto es mayor a cero por lo tanto es conveniente ejecutar el proyecto, por tener un VAN POSITIVO.

5.7.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

FORMULA DE LA TIR

$$TIR = Ti + (Ts + Ti) \left[\frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts} \right]$$

De Donde:

Ti = Tasa Inferior

Ts = Tasa Superior

VAN Ti = Valor Neto de la tasa Inferior

VAN Ts = Valor Actual Neto de la tasa superior

Tabla 62
Determinación de la TIR

PERIODO	Flujos Netos de Caja	Flujos Netos Actualizados (30%)
1	67.095,35	51.611,54
2	75.823,35	44.865,89
3	87.478,97	39.817,46
4	95.214,27	33.337,16
5	388.150,39	104.540,19
TOTAL	713.762,33	274.192,24

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

$$TIR = 0,1516 + (0,30 - 0,1516) \left[\frac{118.338,44}{118.338,44 - (-34.172,42)} \right]$$

$$TIR = 0,1516 + (0,1484) (0,7759345)$$

$$TIR = 0,1516 + (0,11514868)$$

$$TIR = 0,27$$

$$TIR = 27\%$$

La TIR es de 27% lo que determina que el proyecto es factible, porque es mayor que la tasa de descuento de 15.16%

5.7.3 Relación Beneficio Costo

Relación beneficio costo nos indica cuanto dinero recibirá la microempresa por cada dólar invertido.

La relación beneficio costo esta representada por la relación ingresos (Flujo de Efectivos) / egresos.

FORMULA RELACIÓN BENEFICIO COSTO

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos } (1+i)^n}{\sum \text{Egresos } (1+i)^n}$$

Tabla 63

Beneficio – Costo Ingresos

PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS 15.16%
1	126.900,00	110.194,51
2	149.369,20	112.630,95
3	176.089,00	115.299,46
4	206.807,00	117.586,81
5	244.367,52	120.652,19
TOTAL	903.532,72	576.363,92

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

Tabla 64
Beneficio – Costo Egresos

PERIODO	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS 15.16%
1	76.448,10	66.384,25
2	79.329,07	59.817,61
3	80.585,89	52.765,98
4	82.166,36	46.718,34
5	90.665,81	44.764,66
TOTAL	409.215,23	270.450,84

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

$$B/C = \frac{576.363,92}{270.450,84}$$

B/C = 2.13

Para el proyecto el beneficio costo es de 2.13; esto significa que por cada dólar de costo y gasto se tendrá \$2.13 de ingreso.

Tabla 65
Flujos Netos de Caja Actualizados

Años	Flujos Netos	Flujos Netos Actualizados (15.16%)	Inversión
0			308.364,66
1	67.095,35	58.262,72	
2	75.823,35	57.174,14	
3	87.478,97	57.279,43	
4	95.214,27	62.344,35	
5	388.150,39	191.642,46	
TOTAL	713.762,33	426.703,10	

Fuente: Flujo de Caja Proyectado

Elaborado por: Autoras

Flujos Netos Actualizados

Inversión

$$\frac{426.703,10}{308.364,66} = 1.38$$

Por cada dólar de inversión el proyecto generará 0.38 de utilidad

5.7.4 Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación de la inversión es el plazo o periodo del capital (tiempo) en que tardará la inversión inicial, basándose en los flujos que generara en cada periodo de su vida útil.

Tabla 66
Tiempo de Recuperación de la Inversión

Años	Flujos Netos	Flujos Netos Acumulados	Inversión
0			308.364,66
1	67.095,35	67.095,35	
2	75.823,35	142.918,70	
3	87.478,97	230.397,67	3 años,9 meses y 25 días
4	95.214,27	325.611,94	
5	388.150,39	713.762,33	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

La Fórmula

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

a= Año inmediato anterior en que se recupera la Inversión

b= Inversión Inicial

c= Flujo de Efectivo acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la Inversión

d= Flujo de efectivo del año en el que se recupera la Inversión

$$\text{PRI} = 3 + \frac{308.364,66 - 230.397,67}{95.214,27}$$

$$\text{PRI} = 3 + 0.8188582447$$

$$0.8188582447 * 12 \text{ (MESES)} = 9.826298936$$

$$0,8268989364 * 30 \text{ (DÍAS)} = 25$$

Se determinó que el periodo de recuperación del proyecto es de 3 años, 9 meses y 25 días.

5.7.5 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 determinará cuanto debemos vender en una unidad de tiempo.

a. Costos Fijos

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

Tabla 67
Costos Fijos

DETALLE	1	2	3	4	5
Gastos Administrativos	25.403,00	29.532,04	32.582,93	35.905,68	39.550,22
Gastos de Ventas	1.303,60	1.463,00	1.610,00	1.704,00	1.800,00
Gastos Financieros	13.286,21	9.027,21	3.800,88		
Gastos de Constitución	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Depreciaciones	20.094,33	20.094,33	20.094,33	18.312,33	18.312,33
TOTAL	60.487,14	60.516,14	58.488,14	56.322,01	60.062,55

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

b. Costos Variables

Son aquellos que varían ante cualquier incremento o baja en la cantidad de servicios vendidos.

Tabla 68
Costos Variables

AÑOS					
SERVICIOS	1	2	3	4	5
Materia Prima Directa	14.262,66	16.822,51	19.774,95	23.143,01	27.456,12
Mano de Obra	1.185,00	1.396,28	1.644,10	1.933,04	2.284,64
Costos Directos	513,30	593,70	678,70	768,30	862,50
Total costos variables	15.960,96	18.812,49	22.097,75	25.844,35	30.603,26

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

Tabla 69
Proyección del Punto de Equilibrio

DETALLE	1	2	3	4	5
Costos Fijos	60.487,14	60.516,14	58.488,14	56.322,01	60.062,55
Costos Variables	15.960,96	18.812,49	22.097,75	25.844,35	30.603,26
Cantidad de Servicios	93	105	119	134	152
Costo Variable Unitario	171,62	179,16	185,70	192,87	201,34
Precio de Venta	1.500,00	1.562,40	1.627,40	1.695,10	1.765,62
Punto de Equilibrio en \$	68.301,77	68.354,31	66.021,78	63.553,14	67.793,26
Punto de equilibrio en Q	46	44	41	37	38

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Autoras

$$PE\$ = \frac{Cf}{1 - \frac{CVu}{PV}}$$

$$PEQ = \frac{Cf}{PV - CVu}$$

$$PE\$ = \frac{60.487,14}{1 - (171,62/1500)}$$

$$PE = \frac{60.487,14}{(1500 - 171,62)}$$

$$PE\$ = 68.301,77$$

$$PEQ = 46$$

CAPITULO VI

6 DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN-ADMINISTRATIVA PARA LA MICROEMPRESA DE SERVICIOS FUNERARIOS EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA, PROVINCIA DEL CARCHI

El diseño de la Organización-Administrativa nos ayuda a coordinar las actividades de todos los individuos que integran la microempresa con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.





6.4 Trámites de Constitución

6.4.1 Requisitos

Para el normal funcionamiento de la microempresa, se requiere de los siguientes requisitos:

a. Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Para obtener el Ruc en el servicio de Rentas Internas se requiere.

-  Cédula de Identidad del representante legal.
-  Copia del certificado de votación
-  Recibo de agua, luz o teléfono
-  Llenar formulario

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributaciones en el Ecuador.

El plazo para inscribirse es de treinta días contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

Los requisitos para inscribir una microempresa son la cedula de identidad y llenar el formulario.

b. Patente Municipal

Es el permiso obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual. Se la puede obtener en Municipio del cantón San Pedro de Huaca los requisitos son:

- ✚ Formulario de elaboración de Patente
- ✚ Copia del RUC
- ✚ Cédula del Representante Legal y copia del certificado de votación
- ✚ Copia del acta de constitución.

c. Permiso Sanitario

El ministerio de Salud Pública exigirá exclusivamente el cumplimiento de las normas.

d. Permiso de Funcionamiento

Los requisitos son los siguientes:

- Llenar la solicitud de funcionamiento dirigida al Director Provincial de la Salud
- Al ingresar la solicitud y documentación respectiva (copia de cédula, copia del RUC, una copia del permiso de los Bomberos y certificado de votación en caso de accionistas), se procederá a la inspección y verificación física de los requerimientos técnicos y sanitarios.
- Entrega del informe final (máximo 15 días)
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, el cual tendrá vigencia de un año.

e. Permisos de bomberos

El permiso se lo obtiene en las dependencias de los Bomberos, los cuales van a inspeccionar extintores y las instalaciones para que no haya ningún riesgo.

Los requisitos son los siguientes:

- Informe favorable de inspección, realizado por el señor inspector del cuerpo de bomberos
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Copia del RUC
- Copia de la patente municipal

6.4.2 Normativa Legal

La Compañía Anónima es una sociedad cuyo capital dividido en acciones negociables, esta formado por las aportaciones de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

La sociedad se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la superintendencia de compañías será inscrita el Registro Mercantil.

Para que pueda celebrarse la escritura de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagado del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las sociedades anónimas en que participen instituciones de derecho público o privado con finalidad social o pública podrán constituirse con uno o más accionistas.

La Superintendencia de compañías, para aprobar la constitución de una sociedad, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura.

El certificado bancario de depósito de la parte pagado del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

6.5 Formulación de la Misión y Visión

6.5.1 Misión



La microempresa sala de velaciones “**San Pedro de Huaca**”, ofrece servicios de calidad en un ambiente de elegancia y comodidad a precios competitivos a la comunidad, manteniendo con ética y responsabilidad una cultura organizacional orientada al cliente con alto compromiso de servicio y apoyo.

6.5.2 Visión

Ser una microempresa sala de velaciones reconocida a nivel de la Provincia con filosofía de calidad, profesionalismo, constante desarrollo personal y tecnología de punta para dar un servicio de excelencia que satisfaga plenamente los requerimientos de nuestros clientes de manera cálida, eficaz y oportuna.

6.6 Principios y Valores Corporativos

La honestidad, solidaridad, respeto, seguridad, honradez y ética con que realizaremos nuestras actividades constituirán la mejor herramienta para mantener la confianza de nuestros clientes.

- **Solidaridad**

Seremos una Microempresa comprometida con la sociedad, actuaremos con el fin de ayudar a las personas en el momento de la pérdida de sus seres queridos.

- **Honestidad**

Nos caracterizaremos por ser transparentes en nuestro comportamiento dentro y fuera de la organización. Actuaremos coherentemente y cumpliremos fielmente a nuestros clientes.

- **Comunicación**

Se utilizara una comunicación totalmente abierta con el cliente interno, es decir lo que esperan y desean conseguir. Esto causará que los empleados sean más expresivos y se puedan comunicar mejor con los clientes externos con el fin de descubrir lo que necesitan cada uno de los clientes, para satisfacer sus exigencias.

- **Servicio al cliente**

Trabajar muy cerca de los clientes para responder a las necesidades y superar las expectativas de nuestros clientes de manera que se pueda brindar un servicio apropiado. Es nuestra responsabilidad asegurar que somos competentes, ofreciendo servicios de calidad y confiabilidad.

- **Ética**

Procederemos de manera íntegra, somos consecuentes con nuestros principios y demostraremos día a día la rectitud de nuestros actos.

- **Honradez**

En todos los eventos o actividades que se efectúen en la presentación de los servicios, la honradez juega un papel significativo, ya que de esto dependerá el prestigio de la microempresa, por lo que nos comprometemos a trabajar con seriedad y honradez.

- **Respeto, Seguridad y Confianza**

Toda persona necesita y merece respeto, seguridad y en donde sienta la confianza de hablar libremente. Ya que así se podrá desarrollar mejor el funcionamiento del negocio

6.7 Objetivos Corporativos

- Obtener el reconocimiento de los clientes por medio de los servicios brindados.
- Ser la microempresa de servicios funerarios más eficiente y efectiva, logrando captar el personal idóneo para brindar un servicio de calidad.
- Mantener informado al personal de las normas y políticas organizacionales para el correcto desempeño de funciones.
- Innovar los servicios para liderar el mercado.
- Posicionarse en el mercado corporativo como una microempresa de soporte administrativo y operativo en servicios.

6.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA SALA DE VELACIONES "SAN PEDRO DE HUACA"

Grafico 24:
Organigrama de la microempresa sala de velaciones “San Pedro de Huaca”



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

Nota: La microempresa sala de velaciones “San Pedro de Huaca” contratará ocasionalmente los servicios del Contador, Chofer, Tanatopractor y Servicios de cocina y limpieza los cuales deberán sujetarse al perfil establecido.

6.9 Manual de funciones

Toda empresa debe tener su estructura funcional bien definida para un desempeño eficiente de todas sus actividades.

6.9.1 Descripción de funciones

Luego de evidenciar la necesidad de personal, es preciso definir el rol que desempeña, todos y cada uno de los empleados de la empresa, considerando situaciones adicionales como:

- ✓ Información general del puesto
- ✓ Descripción general del puesto
- ✓ Descripción de tareas o funciones
- ✓ Perfil de contratación

Junta General de Accionistas

Perfil

Pertenecer y mantenerse como socio activo a la microempresa sala de velaciones “San Pedro de Huaca”.

Funciones:

1. Establecer la legislación y normativa que regirá a la microempresa sala de velaciones “San Pedro de Huaca”
2. Aplicar y determinar las políticas que debe seguir la microempresa para su adecuado funcionamiento.
3. Elaborar reglamento interno
4. Diseñar normativas de trabajo
5. Nombrar y remover al Administrador y fijar su sueldo.
6. Autorizar la venta o hipoteca de bienes de la microempresa.
7. Aprobar los presupuestos anuales, programas y sus reformas.
8. Autorizar la celebración de actos y contratos relativos al giro de la microempresa.

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto: Administrador

II. Descripción General:

El Administrador tiene como responsabilidad principal planificar organizar, dirigir y controlar las actividades de la microempresa sala de velaciones “San Pedro de Huaca”.

III. Perfil de contratación:

Formación Profesional:

Título académico de Ingeniería en Administración de Empresas, Finanzas o Contabilidad.

Formación Complementaria:

Manejo de programas informáticos; Microsoft Office: Word, Excel, PowerPoint y contables e ingles medio.

Experiencia laboral:

Un mínimo de dos años de experiencia a nivel de dirección o gerencia.
Buenas relacione humanas.

IV. Funciones:

1. Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la microempresa sala de velaciones “San Pedro de Huaca”.
2. Celebrar, actos o contratos por medio de los cuales se adquieran bienes, derechos u obligaciones.
3. Dirigir y supervisar el trabajo de trabajadores/ras
4. Formular los presupuestos y programas que debe cumplir la Microempresa y darlos a conocer a la Junta General de Accionistas.
5. Decidir y tomar decisiones correctivas en las diferentes áreas de trabajo.
6. Delegar o encargar, de conformidad con las normas pertinentes, sus atribuciones, debiendo informar al Directorio de las más trascendentales;

7. Vinculación y desvinculación de empleados.
8. Asegurar la implementación, funcionamiento y la actualización de los sistemas de administración financiera, incluyendo el control interno.
9. Dictar los reglamentos internos y manuales de procedimiento que fueren necesarios para el buen funcionamiento de la Empresa

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto: Contador

II. Descripción General:

El Contador institucional es un recurso estratégico que vincula el proceso operativo con el administrativo a través documentos contables que hacen posible analizar la situación financiera de la Microempresa.

III. Perfil de contratación:

Formación Profesional:

Ingeniero o Doctor/a en Contabilidad, CPA.

Formación complementaria:

Manejo de programas informáticos, contables, tributarios e ingles medio.

Experiencia laboral:

Un mínimo de dos años de experiencia en puesto similar.

IV. Funciones:

1. Actuar con integridad, honestidad y absoluta reserva de la información de la Microempresa Sala de Velaciones “San Pedro de Huaca”.

2. Elaborar, legalizar y presentar los Estados Financieros al administrador periódicamente, lo cual deberán ser presentados de manera clara y precisa.
3. Elaborar los registros contables.
4. Realizar declaraciones de obligaciones tributarias ante el Servicio de Rentas Internas (SRI).
5. Mantener debidamente referenciado y completo el archivo de documentación de respaldo contable institucional.
6. Mantener un adecuado sistema de control interno contable.
7. Coordinar con el administrador para realizar los pagos a los proveedores.
8. Efectuar comprobantes de pago, adjuntando documentos sustentatorios y las autorizaciones respectivas.
9. Mantener el registro contable y financiero de las diferentes transacciones.
10. Elaborar conciliaciones bancarias.
11. Controlar y actualizar los activos fijos y calcular su respectiva depreciación.
12. Revisar planillas de pagos y flujos de efectivo.

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto: Vendedor

II. Descripción General:

Encargarse del local de exhibiciones y de la floristería de la microempresa sala de velaciones “San Pedro de Huaca”.

III. Perfil de contratación:

Formación profesional:

Título de bachiller en Contabilidad

Formación complementaria:

Manejo de programas informáticos; Microsoft Office: Word, Excel y PowerPoint.

Experiencia laboral:

Mínimo un año de experiencia.

IV. Funciones:

1. Entregar reportes de ventas diariamente.
2. Realizar cierre de caja diariamente.

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto: Chofer

II. Descripción General:

Movilizar el féretro hacia la microempresa sala de velaciones “San Pedro de Huaca”.

III. Perfil de contratación:**Formación profesional:**

Título de bachiller

Licencia de chofer profesional tipo E

Experiencia laboral:

Un mínimo de dos años de experiencia,

IV. Funciones:

1. Cumplir con el horario asignado
2. Encargado del mantenimiento y cuidado del vehículo

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto: Tanatopractor

II. Descripción General:

Preparación de los cuerpos para ser velados

III. Perfil de contratación:

Formación profesional:

Titulo de bachiller

Certificado de curso de Tanatopraxia

Experiencia laboral:

Un mínimo de dos años de experiencia, en labores similares.

IV. Funciones:

1. Cumplir con el horario asignado.
2. Preparar la desinfección, reconstrucción, restauración y preservación de cadáveres.

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto: Servicios de cocina y limpieza

II. Descripción General:

Mantener el orden y limpieza de los artículos de la cafetería y así de la limpieza de la microempresa.

III. Perfil de contratación:

IV. Funciones:

1. Administrar los recursos de limpieza que le sean asignados.
2. Preparar y servir los insumos de la cafetería a familiares y amigos del difunto.

I. Información General del Puesto

Nombre del Puesto: Guardia

II. Descripción General:

Vigilar las instalaciones de la microempresa sala de velaciones “San Pedro de Huaca”.

III. Perfil de contratación:

Formación profesional:

Titulo de bachiller

Cumplimiento con el servicio militar obligatorio

Experiencia laboral:

Un mínimo de dos años de experiencia, en labores similares.

IV. Funciones:

1. Controlar el ingreso y salida de personas de la microempresa (personal, proveedores, clientes).
2. Proporcionar información breve sobre los servicios que ofrece la Microempresa.
3. Resguardar las instalaciones y los vehículos del parqueadero.

6.9.2 Estrategias Empresariales

Ya que ésta microempresa es de servicio y esta encaminada a la satisfacción de las necesidades del cliente, nuestra mejor herramienta sería la atención eficiente, eficaz y rápida, tomando en cuenta que el cliente casi siempre tiene la razón , nuestra meta principal es el llegar a ser la primera opción del cliente al momento de elegir un servicio funerario, bajo un concepto de diferenciación e integración acompañado de un ingrediente fundamental e importante de responsabilidad social para la ciudadanía en general y sobre todo con la comunidad doliente, convirtiéndose de esta manera en una microempresa amiga de los clientes.

Cabe recalcar que además será un microempresa sala de velaciones que atenderá las 24 horas del día.

El propósito de la microempresa, será buscar una nueva alternativa dentro del negocio del servicio funerario, donde el cliente tendrá la facilidad de escoger el tipo de servicio que más le convenga y este acorde a sus necesidades.

Cuadro 5

REGLAMENTO INTERNO



I. Identificación.

Toda persona que contrate los servicios de la microempresa tiene la obligación ineludible de registrarse facilitando algún documento de identidad.

II. Obligación de Información.

Es obligación de los clientes informar a la administración de la microempresa en caso de tener una mala atención del servicio.

III. Atención al cliente.

El personal deberá atender las necesidades del cliente con prontitud y amabilidad.

IV. Silencio y respeto.

Se deberá evitar cualquier actuación molesta de cualquier tipo que sea para las personas que han contratado el servicio. También se deberá respetar a quienes trabajan en el mismo.

Queda prohibido el ingreso de mascotas que puedan perturbar el silencio de los dolientes.

V. Prohibición de fumar.

Esta prohibido fumar en las zonas comunes, para esto existen la sala de fumadores.

VI. Desperfectos, suciedad, pérdida de objetos de valor.

En caso de dañar o ensuciar la microempresa o el mobiliario, así como de perderse objetos de valor, será el cliente quien pague por los daños ocasionados.

Pagos de este tipo se realizarán inmediatamente y en efectivo

Robos o daños intencionados serán denunciados inmediatamente a la policía.

La microempresa no se responsabilizará de la pérdida de objetos de valor de los dolientes

VII. Limpieza de las salas de velaciones.

La limpieza de las salas de velaciones se realizará en horas de la mañana desde las 06H30 Hasta las 07H30.

VIII. Orden y buen manejo de los desperdicios.

Utilizar apropiadamente los lugares establecidos en el parqueadero, además no dejar los desechos fuera de los basureros,

XI. Medidas de seguridad.

Si tiene algún objeto de valor, deberá depositarlo en la recepción.

X. Incumplimiento de las normas de la microempresa.

En caso de infracción de una o más de las condiciones citadas arriba, la microempresa tiene la obligación de hacer la devolución de l 20%.

Elaborado por: Autoras

Cuadro 6 CÓDIGO DE ÉTICA



CÓDIGO DE ÉTICA DE LA SALA DE VELACIÓN “SAN PEDRO DE HUACA”

El siguiente código de ética tiene como finalidad marcar los lineamientos para el comportamiento del Talento humano en la Sala de Velaciones

Queda sobreentendido que este código es obligatorio y concepto de moral y ética.

- 1.- Se defenderá el nombre de la microempresa frente a calumnias y difamaciones de terceros y en ningún caso el personal tomará el nombre de la microempresa para fin personal.
- 2.-Se mantendrá un ambiente de respeto entre todas las personas involucradas en la microempresa ya sea directa o indirectamente, entre ellos y para los clientes.
- 3.- No se permitirá ninguna actitud racista frente a aspectos como religión, raza, creencias, políticas, orientación sexual, orientaciones económicas, etc.
- 4.- No se difundirá información confidencial de la microempresa sin previa autorización de las partes correspondientes.
- 5.- No se moverá influencia en cuanto se refiere a contratación del personal.
- 6.- No se disminuirá la calidad de servicios para obtener un beneficio económico personal.
- 7.- No se engañará al cliente con promesas que no se van a cumplir.
- 8.-Se mantendrá una política contra el abuso y contratación infantil denunciando a las autoridades competentes si se suscitara el caso.
- 9.-Por ningún motivo se aceptará sobornos por negocios o actividades que involucren a la microempresa en beneficio propio.

Elaborado por: Autoras

CAPITULO VII

7 IMPACTOS

7.1 Análisis de Impactos

Para el desarrollo del presente capítulo que a continuación se presenta es un análisis prospectivo de los impactos o huellas que en diferentes ámbitos generará el presente proyecto, es decir reflexionar sobre los aspectos positivos o negativos que la ejecución o desarrollo de este proyecto generará en ciertos ámbitos o áreas.

Para realizar técnicamente el presente análisis se ha utilizado la siguiente metodología.

- Se determina las áreas en las cuales se realizará el análisis de impactos, siendo estos:
 - **Social**
 - **Económico**
 - **Ambiental**

Se ha establecido la siguiente escala o niveles de impactos sobre la base de la siguiente tabla.

Tabla 70
Nivel de Impactos

-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No hay impacto
1	Impacto Bajo Positivo

2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

Elaborado por: Autoras

A continuación se ha diseñado una matriz por cada área en la que el eje horizontal se ubica el nivel de impacto de acuerdo a la tabla anterior. Y en eje vertical se ha establecido una serie de indicadores que permitirá tener información específica del área analizada.

A cada indicador se le asigna un valor numérico de nivel de impacto, positivo o negativo; para luego realizar la sumatoria de estos niveles, y este valor se lo divide para el número de indicadores en cada área estableciéndose de esta manera el nivel de impacto del área.

Bajo cada una de las matrices se ha realizado un análisis en el que se menciona los argumentos, causas y circunstancias del porqué se determinó el nivel de impacto a cada uno de los indicadores.

Finalmente se realiza un estudio numérico del nivel global de impactos a través de una matriz en la que en el eje horizontal están determinados los niveles de impactos de cada área, y en el eje vertical las áreas o ámbitos estudiados.

7.1.1. Impacto Social

Tabla 71
Evaluación del Impacto Social

Nº	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Mejorar el Servicio al Cliente							x	3
2	Nivel de vida						x		2
3	Generación de Trabajo							x	3
4	Bienestar en la comunidad							x	3

Total						2	9	Σ11
--------------	--	--	--	--	--	---	---	------------

Elaborado por: Autoras

$$\text{Impacto Social} = \frac{\Sigma \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^{\circ} \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{11}{4} = 2.75 \approx 3$$

Nivel de Impacto = Alto Positivo

a. Análisis

El objetivo principal son los clientes ya que se los considera la razón de ser de una empresa o microempresa, es necesario tomar muy en cuenta la opinión y sugerencias de ellos, pues de esa manera se sabrá las preferencias y expectativas.

Con la implantación de este proyecto, el nivel de vida de los pobladores del cantón mejorará, porque se generará plazas de trabajo y sobre todo porque huaca se encuentra en pleno desarrollo y necesita tener una microempresa que responda de forma rápida y satisfactoria las necesidades.

La construcción de la microempresa sala de velaciones, fomentará fuentes de trabajo para las familias huaqueñas, ya que se utilizará mano de obra calificada y no calificada local y se creará puestos de trabajo en la microempresa que solventen las necesidades de aquellos que demanden de un salario para su subsistencia.

Lo que ocasionará que el índice de desempleo baje en este cantón y así evitar que estas personas emigren a otros lugares.

La instalación de la microempresa sala de velaciones, ayudará al progreso de la comunidad ya que la población se vinculará directamente con el proyecto, a través de la creación de fuentes.

7.1.2 Impacto Económico

Tabla 72
Evaluación del Impacto Económico

Nº	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Rentabilidad							x	3
2	Condiciones Necesarias							x	3
3	Reinversión					x			1
Total						1		6	Σ7

Elaborado por: Autoras

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\Sigma \text{Nivel de Impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{7}{3} = 2.33 \approx 2$$

Nivel de Impacto = Medio Positivo

b. Análisis

El proyecto generará utilidades que permitirá crecer como microempresa y posicionarse en el mercado.

Al determinar las condiciones necesarias para el éxito del proyecto, tal como el diseño y construcción de la microempresa Sala de Velaciones, ésta permitirá la optimización en el uso de los servicios básicos y una mejor utilización del terreno incorporándolas al sector empresarial, sin causar ningún efecto negativo desde el punto de vista ecológico.

Las utilidades generadas por el proyecto estarán destinadas en un porcentaje a la reinversión, en el cuidado perseverante de la microempresa servicios de velaciones; sea esta en infraestructura u otras inversiones que permitan el crecimiento de la microempresa.

7.1.3 Impacto Ambiental

Tabla 73
Evaluación del Impacto Ambiental

Nº	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						TOTAL	
		-3	-2	-1	0	1	2		3
1	Contaminación del medio ambiente			x					-1
2	Manejo adecuado de desechos					1			1
3	Reciclaje							X	3
Total				-1		1		3	Σ3

Elaborado por: Autoras

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{\Sigma \text{Nivel de Impacto}}{\text{Nº de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{3}{3} = 1 \approx 1$$

Nivel de Impacto = Impacto Bajo Positivo

c. Análisis

Las áreas en las cuales se desarrollará el proyecto, y su área de influencia inmediata, han sido totalmente intervenidas por el hombre. La forma de ocupación del suelo se la considera urbana destinada a uso residencial, comercial y educacional, en donde los componentes físicos y bióticos han sido plenamente alterados.

El aire de la ciudad se ven influenciado únicamente por el tráfico vehicular interno a través de la red vial que forma el tramado urbano.

En el área, hoy no existe presencia de ninguna especie natural animal o vegetal estable, que se vea amenazada por la ejecución del proyecto

El manejo adecuado de los desechos será una política de la microempresa, dentro de la cual se buscará reciclar la mayoría de los desechos solidos para darles un nuevo uso y así disminuir la contaminación que estos pudieran ocasionar al arrojarlos libremente en el medio ambiente.

7.1.4 Impacto Global

Luego de valorar individual e independientemente los impactos que, a nivel del proyecto se generan, es posible realizar una cuantificación promedio general, como se evidencia a continuación;

Tabla 74

Matriz de Evaluación Global de los Impactos

Nº	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						TOTAL	
		-3	-2	-1	0	1	2		3
1	Impacto Social							x	3
2	Impacto Económico						X		2
3	Impacto Ambiental					x			1
	Total								Σ6

Elaborado por: Autoras

$$\text{Impacto Global} = \frac{\Sigma \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Global} = \frac{6}{3} = 2 \approx 2$$

$$\text{Impacto Global} = 3$$

Nivel de Impacto = Medio positivo

Análisis:

De forma general podemos indicar que los impactos social, económico y ambiental, tienen un nivel *medio positivo*, de esa manera se establece que la implementación del proyecto tendrá un efecto benéfico global para toda la zona. Por lo tanto ésta se vería muy beneficiada con la implementación del presente proyecto “*Estudio de Factibilidad para la creación de una sala de velaciones*”. Debido a que habrá oferta de trabajo y las condiciones del entorno mejorarán.

CONCLUSIONES:

Del contenido del estudio se debe resaltar varios puntos que deben ser considerados básicos y que permiten concluir que el presente proyecto que ofrecerá el servicio funerario en la forma propuesta, justifica el financiamiento y el respaldo necesario para la ejecución del proyecto.

1. Al analizar el Estudio Diagnóstico, se determinó que en la ciudad de Huaca, no existe una microempresa que brinde servicios funerarios.
2. Por medio del Estudio de Mercado se logro identificar la oferta de los servicios de la sala de velaciones que podrían existir en el cantón San Pedro de Huaca, al igual que se logro identificar la demanda por fallecidos en el cantón, a través del Registro Civil.
3. A través del estudio técnico se pudo determinar los requerimientos como infraestructura, oficinas administrativas y complementos de ingeniería civil que el proyecto requiere de acuerdo a los servicios que éste ofrece, a más de equipos y maquinaria requerida para la operación del proyecto.
4. De acuerdo a la evaluación financiera de la microempresa generará un VAN de 118.338,44 dólares, la TIR será de 27 %, el tiempo de recuperación es de 3 años, 9 meses y 25 días, el beneficio-costo será de \$2.13 centavos por cada dólar invertido, llegando a la conclusión de que el proyecto es viable.
5. En el estudio organizacional se pudo establecer el tipo de empresa al que pertenecerá la sala de velaciones, de igual manera se estableció la misión, visión y valores con los que se manejará y la organización en si de la misma como las funciones de cada área.

6. El proyecto generará impactos significativos tanto para los involucrados como para los habitantes del cantón, los impactos que se han considerado son: social, económico y ambiental los mismos que son convenientes para la ejecución del proyecto.

RECOMENDACIONES:

1. Aprovechar las condiciones existentes en la ciudad de Huaca, tales como la no existencia de los servicios funerarios, por lo cual es necesario crear la microempresa para satisfacer la necesidad del cliente, esto contribuirá al desarrollo socioeconómico de la ciudad.
2. Diseñar estrategias de comercialización (tales como búsqueda de nuevos nichos, mejoramiento de costos, precios y la calidad de los servicios) para cubrir un porcentaje mayor de la demanda establecida.
3. Mantener e incrementar nuevos servicios exequiales que se presenten en un futuro, con el fin de mejorar nuestros servicios y que nos permita crecer como empresa y posesionarnos en el mercado local
4. De acuerdo a la evaluación financiera, se recomienda implementar este proyecto, ya que es una oportunidad de inversión y generará un nivel adecuado de rentabilidad.
5. Crear programas continuos de capacitación a todo el personal con la finalidad de obtener aportes creativos y puedan brindar un servicio de alta calidad.
6. Por los resultados positivos que se ha obtenido es factible la formación de la microempresa ya que se ha demostrado de manera técnica, legal, administrativa, y financiera que es viable y cumple con lo propuesto en el proyecto de investigación.

BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, Gabriel; (2006) “Evaluación de Proyectos” quinta edición, Editorial Mac Graw Hill, México.

BRAVO V, Mercedes;(2007) “Contabilidad General” Editorial Nuevo Día, Quito- Ecuador.

CORDOBA PADILLA, Marcial; (2007) “Formulación y Evaluación de Proyectos”, Eco Ediciones Bogotá, Colombia.

CHAIN, Reinaldo S; (2008) “Preparación y Evaluación de Proyectos”, quinta edición, editorial Mc- Hill México.

CHANABA, Joaquín; (2010) “Contabilidad General” Editorial EDINUN, Segunda Edición, Quito- Ecuador.

D’ ALESSIO J, Fernando (2008) “El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia”, Primera Edición, Editorial Pearson Educación México.

DÍAZ, Flor; (2009) “Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación” Editorial Alfa Omega, Bogotá – Colombia.

FERNADEZ V, Ricardo; (2007) “Manual para Elaborar un Plan de Mercadotecnia”

GITMAN, Lawrence J;(2007) “Principios de Administración Financiera”, Decimo Primera Edición, Pearson Educación México.

JACOME, Walter; (2005) “Bases Teóricas y Practicas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión” CUDIC- Editorial Universitaria Ibarra- Ecuador.

KOTLER, Philip; (2008) “Fundamentos de Marketing” Octava Edición, Editorial Pearson Educación, México.

MIRANDA, Juan José; (2006) “Gestión de Proyectos”, quinta Edición, Editorial Norma, Bogotá, Colombia.

MORALES, Arturo; (2009) “Proyectos de Inversión – Evaluación y Formulación”, Editorial Mc Graw – Hill, México.

SAPAG, CH Nassier y SAPAC CH, Reinaldo; (2008) “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Quinta Edición, Editorial Mc Graw- Hill, México.

SARMIENTO, R, Rubén; (2005) “Contabilidad General” Decima Edición Editorial Voluntad Ecuador

STATION, William I; ETZEL, Michael J; WALKER, BRUCET; (2007) “Fundamentos de Marketing”, Decimocuarta Edición en español, Editorial MC Graw - Hill Interamericana Editores, S.A.CEC.V, México, D.F.

TREVIÑO, Rubén; (2010) “Publicidad: Comunicación Integral en Marketing”, Editorial Mc Graw – Hill, México.

WHEELEN, Thomas L. HUNDER, David J; (2007) “Administración Estratégica y Política de Negocios”, Decima Edición, Pearson Educación México.

WILD, John, SUBRAMANYAN, KR, y HALSEY, Robert F; (2007) “Análisis de Estados Financieros” Novena Edición Mc Graw - Hill Interamericana, México.

ZAPATA S, Pedro; (2007) “**Contabilidad de Costos- Herramientas para la toma de decisiones**” Editorial Mc Graw- Hill Interandina, Colombia.

ZAPATA S, Pedro; (2008) “**Contabilidad de Costos**” Sexta Edición Mc Graw- Hill Interamericana, Editores S.A de C.V, México, D.F.

LINCOGRAFÍA

<http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasademortalidad.html>

<http://www.larepublica.ec/blog/sociedad/2011/09/01/segun-los-resultados-del-censo-en-ecuador-hay-14483-499-de-habitantes/>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>

http://www.huaca.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=270&Itemid=308

<http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

<http://www.sites.google.com/site/568microempresasventajasydesventajas>.

<http://www.microemprendador.com/microempresas/ventajas-y-desventajas>.

<http://www.definiciónabe.com/economía/microempresa.php>.

<http://www.slideshares.net/luppiabdon/estudio-técnico-presentation>

<http://www.fao.org/docrep/004/T0566S/T0566S03.htm>

ANEXOS

Anexo A

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**Encuesta aplicada a los habitantes mayores de edad del Cantón
Huaca**

DATOS REFERENCIALES:

LUGAR:	Huaca
PARTICIPANTE:	Miembros de familia
FECHA:	Noviembre del 2012
ENCUESTADOR/A:	Magaly Rosero y Gloria Serrano

Nuestros nombres son Magaly Rosero y Gloria Serrano egresadas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, estamos realizando una investigación relacionada con un estudio de factibilidad para la Creación de una Sala de velaciones en la ciudad de Huaca, por lo que solicitamos de usted nos facilite la información para el desarrollo de nuestra tesis de ingeniería en Contabilidad y Auditoría. Los resultados de la presente encuesta son estrictamente confidenciales.

OBJETIVO:

Identificar la Oferta y Demanda de los Servicios Funerarios en la Ciudad de Huaca, Provincia del Carchi.

INSTRUCCIONES:

Le solicito conteste con absoluta sinceridad el siguiente cuestionario

1. ¿Ha tenido Ud. El fallecimiento de algún familiar en los últimos 2 años?

SI () NO ()

2. Para la velación de su familiar hubo problema en conseguir el servicio funerario?

SI () NO ()

3. ¿Conoce Ud. ¿Qué servicios ofrecen las funerarias?

a. Alquiler de la capilla ardiente SI () NO ()

b. Sala de velaciones SI () NO ()

c. Otros SI () NO ()

1. A más del servicio actual ¿Qué otro (s) servicio(s) le gustaría que brinden las funerarias?

- Servicio de música
- Servicio de cafetería
- Servicio de Tanatopraxia
- Formolización
- Servicio de traslado
- Trámite legales
- Sala de Internet

2. Piensa que sería de beneficio tener a disposición una funeraria en la ciudad de Huaca?

SI () NO ()

**3. De tener a disposición una funeraria en la ciudad de Huaca
contrataría sus servicios de ser necesario?**

SI () NO ()

**4. Ud. Estaría de acuerdo con la nueva oferta de Servicios
Funerarios que comprenden las siguientes alternativas?**

a. Servicio Integral

SI () NO ()

- ❖ Tramites legales
- ❖ Coordinación en la Iglesia (misa de cuerpo presente, misa de mes)
- ❖ Sala de velación las 24 horas
- ❖ Féretro Metálico Lineal con adornos Modelo Limper
- ❖ Cafetería e insumos de cafetería ilimitada con sandwiches, galletas, caramelos de primera calidad, servilletas, agua tibia, café y aromática.
- ❖ Servicio de auto carroza completo (hacia la sala de velación, iglesia y cementerio)
- ❖ Servicio de Tanatopraxia
- ❖ Libro de Condolencias
- ❖ Servicio de Internet
- ❖ Música Ambiental
- ❖ Tres rosarios de oración
- ❖ Decoración (2 arreglos florales a elección de los deudos , y un cubre féretro)
- ❖ Servicio de parte mortuario: 6 menciones en la radio “la Voladora”, y 4 sport en el canal “Norvision”

b. Servicio Económico

SI () NO ()

- ❖ Sala de velación por 24 horas.
- ❖ Coordinación en la Iglesia (misa de cuerpo presente)
- ❖ Férretro Metálico Lineal sin Adornos Modelo Prisma
- ❖ Cafetería e insumos de cafetería ilimitada con, sandwiches, galletas, caramelos, servilletas, agua tibia, café y aromática.
- ❖ Servicio de auto carroza completo(hacia la sala de velación, iglesia y cementerio)
- ❖ Servicio de Internet
- ❖ Música Ambiental
- ❖ Libro de Condolencias
- ❖ Un rosario de oración
- ❖ Servicio de parte mortuario: 3 menciones en la radio “la Voladora”, y 3 sport en el canal “Norvision”.
- ❖ Decoración (un arreglo floral mediano y una corona mediana)

8.- Ud. Estaría dispuesto a pagar por los diferentes tipos de servicios funerarios?

- | | | | |
|-----------------------|---------|--------|--------|
| a. Servicio Integral | \$ 1500 | SI () | NO () |
| b. Servicio Económico | \$ 1200 | SI () | NO () |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo B

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Guía de Entrevista dirigida al propietario del Salón de usos Múltiples del Cantón Huaca

OBJETIVO:

La presente entrevista pretende recopilar información sobre el servicio de velaciones que se brinda en el Cantón San Pedro de Huaca

CUESTIONARIO

1. ¿Que tipo de servicio brinda Usted al Cantón San Pedro de Huaca?
2. Hace cuantos años brinda usted este servicio al Cantón San Pedro de Huaca
3. Como esta organizado el salón de usos múltiple “ LA PURITA”
4. Que control contable y financiero utiliza
5. ¿Piensa usted que el salón de usos múltiples “LA PURITA” es rentable?
6. ¿Como promociona Ud. este servicio del salón de usos múltiples?
7. ¿En su experiencia, le gustaría que exista una sala de velaciones en el cantón San Pedro de Huaca con todos los servicios necesarios para brindar un servicio de calidad a la gente huaqueña?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo C

PROYECCION DE LA DEMANDA POR VARIOS METODOS

METODO LINEAL

$$Y = a + bx$$

AÑOS	n(x)	y (demanda)	xy	x^2
2010	10	72	270	100
2011	11	80	880	121
2012	12	92	1104	144
SUMATORIA	33	244	2.704	365

ECUACIONES NORMALES

$$1. \sum y = an + b\sum x$$

$$2. \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

METODO DE IGUALACION

$$1. \sum y = an + b\sum x$$

$$244 = 3a + 33b$$

$$3a + 33b = 244$$

$$2. \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$2.704 = 33a + 365b$$

$$33a + 365b = 2.704$$

$$3a + 33b = 244 \quad (-11)$$

Reemplazamos valor de b en 1

$$33a + 365b = 2.704 \text{ (1)}$$

$$\underline{33a + 363b = -2.684}$$

$$\underline{33a + 365b = 2.704}$$

$$2b = 20$$

$$b = 20/2$$

$$\mathbf{b = 10}$$

$$3a + 33b = 244$$

$$3a = 244 - 33(10)$$

$$3a = 244 - 330$$

$$3a = -86$$

$$a = -86/3$$

$$\mathbf{a = -2.9}$$

Ecuación de Proyección

$$\mathbf{Y = a + bx}$$

$$\mathbf{Y = -29 + 10x}$$

$$Y = -29 + 10(13) = 101$$

$$Y = -29 + 10(14) = 111$$

$$Y = -29 + 10(15) = 121$$

$$Y = -29 + 10(16) = 131$$

$$Y = -29 + 10(17) = 141$$

TASA DE CRECIMIENTO PROYECTADA

$$\mathbf{M = c(1 + r)^{n-1}}$$

$$r = \sqrt[n-1]{\frac{M}{c}} - 1$$

$$r = \sqrt[4]{\frac{141}{101}} - 1$$

$$\mathbf{r = 0.086987 = 8.70\%}$$

MÉTODO EXPONENCIAL

$$Y = ab^x$$

AÑOS	X	Y	Log Y	X Log Y	x^2
2010	10	72	1.85733	18.57330	100
2011	11	80	1.90309	20.93399	121
2012	12	92	1.96379	23.56548	144
SUMATORIA	33	244	5.72421	63.07277	365

ECUACIONES NORMALES

- $\sum \text{Log } Y = n \text{ Long } a + \sum X \text{ Long } b$
- $\sum \text{Log } Y(X) = \sum X \text{ Long } a + \sum x^2 \text{ Long } b$

METODO DE IGUALACION

$$1. \sum \text{Log } Y = n \text{ Long } a + \sum X \text{ Long } b$$

$$5.72421 = 3 \text{ Long } a + 33 \text{ long } b$$

$$2. \sum \text{Long } Y(X) = \sum X \text{ Long } a + \sum x^2 \text{ Long } b$$

$$63.07277 = 33 \text{ Log } a + 365 \text{ log } b$$

$$5.72421 = 3 \text{ log } a + 33 \text{ log } b \quad (-11)$$

$$1. \quad 63.07277 = 33 \text{ log } a + 365 \text{ log } b \quad (1)$$

$$62.96631 = -33 \text{ log } a - 363 \text{ log } b$$

$$63.07277 = 33 \log a + 365 \log b$$

$$2 \log b = 0.10646$$

$$\log b = 0.05323$$

$$b = \text{Antilog } 0.05323$$

$$\mathbf{b = 1.13039}$$

Reemplazamos b en 1

$$3 \log a + 33 \log b = 5.72121$$

$$3 \log a + 33(0.05323) = 5.72421$$

$$3 \log a + 1.75659 = 5.72421$$

$$3 \log a = 3.96762$$

$$\log a = 1.32254$$

$$a = \text{Antilog } 1.32254$$

$$\mathbf{a = 21}$$

Ecuación de Proyección

$$Y = ab^x$$

$$Y = 21 (1.13039)^{13} = 103$$

$$Y = 21 (1.13039)^{14} = 117$$

$$Y = 21 (1.13039)^{15} = 132$$

$$Y = 21 (1.13039)^{16} = 149$$

$$Y = 21 (1.13039)^{17} = 169$$

TASA DE CRECIMIENTO PROYECTADA

$$M = c(1 + r)^{n-1}$$

$$r = \sqrt[n-1]{\frac{M}{c}} - 1$$

$$r = \sqrt[4]{\frac{169}{103}} - 1$$

$$r = 0.131780 = \mathbf{13.18\%}$$

MÉTODO LOGARITMICO

$$Y = a + b \text{Log } x$$

AÑOS	X	Y	Log X	Y Log X	Log x ²
2010	10	72	1	72	2
2011	11	80	1.04139	83.3112	2.08279
2012	12	92	1.07918	99.28456	2.15836
SUMATORIA	33	244	3.12057	254.59576	6.244115

ECUACIONES NORMALES

$$1. \sum Y = n a + b \sum \text{Long } X$$

$$2. \sum Y \text{Log } X = a \sum \text{Log } X + b \sum (\text{Log } x^2)$$

METODO DE IGUALACION

$$1. \sum Y = n a + b \sum \text{Log } X$$

$$244 = 3 a + 3.12057 b$$

$$2. \sum Y \text{Log } X = a \sum \text{Log } X + b \sum (\text{Log } x^2)$$

$$254.59576 = 3.12057 a + 6.24115 b$$

$$1. 3 a + 3.12057 b = 244 \quad (6.24115)$$

$$2. 3.12057 a + 6.24115 b = 254.59576 \quad (-3.12057)$$

$$18.72345 a + 19.47595 b = 1522.8406$$

$$-9.73795 a - 19.47595 b = -794.4839$$

$$8.9855 a = 728.3567$$

$$a = 728.3567 / 8.9855$$

$$a = 81$$

Reemplazamos a en 1

$$3a + 3.12057 b = 244$$

$$3.12057 b = 244 - 3a$$

$$3.12057 b = 244 - 3(81)$$

$$3.12057 b = 244 - 243$$

$$b = -1 / 3.12057$$

$$b = 3.12$$

Ecuación de Proyección

$$Y = a + b \text{Log } x$$

$$Y = 81 + 3.12 (\text{Log } 13) = 84$$

$$Y = 81 + 3.12 (\text{Log } 14) = 85$$

$$Y = 81 + 3.12 (\text{Log } 15) = 85$$

$$Y = 81 + 3.12 (\text{Log } 16) = 85$$

$$Y = 81 + 3.12 (\text{Log } 17) = 85$$

TASA DE CRECIMIENTO PROYECTADA

$$M = c(1 + r)^{n-1}$$

$$r = \sqrt[n-1]{\frac{M}{c}} - 1$$

$$r = \sqrt[4]{\frac{85}{84}} - 1$$

$$r = 0.0030 = \mathbf{0.30\%}$$

MÉTODO POTENCIAL

$$Y = a x^b$$

AÑOS	X	Y	Log X	Log Y	Log X Log Y	Log x ²
2010	10	72	1	1.85733	1.85733	2
2011	11	80	1.04139	1.90309	1.98186	2.08279
2012	12	92	1.07918	1.96379	2.11928	2.15836
SUMATORIA	33	244	3.12057	5.72421	5.95847	6.24115

ECUACIONES NORMALES

$$1. \sum \text{Log } Y = n \text{Log } a + b \sum \text{Long } X$$

$$2. \sum \text{Log } Y \text{ Log } X = \text{Log } a \sum \text{Log } X + b \sum (\text{Log } x^2)$$

METODO DE IGUALACION

$$2. \sum \text{Log } Y = n \text{Log } a + b \sum \text{Long } X$$

$$5.72421 = 3 \text{Log } a + 3.12057b$$

$$2. \sum Y \text{ Log } X = a \sum \text{Log } X + b \sum (\text{Log } x^2)$$

$$5.95847 = 3.12057 \log a + 6.24115 b$$

$$1. 3 \text{Log } a + 3.12057b = 5.72421 \quad (-3.12057)$$

$$2. 3.12057 \log a + 6.24115 b = 5.95847 \quad (3)$$

$$-9.36171 \text{Log } a - 9.73796 b = -17.862798$$

$$9.36171 \text{Log } a + 18.72345 b = 17.87541$$

$$8.98549 b = 0.012612$$

$$b = 0.012612 / 8.98549$$

$$b = 0.001404$$

Reemplazamos b en 1

$$3 \text{Log } a = -5.72421 + 3.12057 (0.001404)$$

$$3 \text{Log } a = 5.719829$$

$$\text{Log } a = 5.719829 / 3$$

$$\text{Log } a = 1.90661$$

a = Antilog 1.906609667

$$a = 80.65$$

Ecuación de Proyección

$$Y = a x^b$$

$$Y = 80.65 (13^{0.001404}) = 80$$

$$Y = 80.65 (14^{0.001404}) = 81$$

$$Y = 80.65 (15^{0.001404}) = 81$$

$$Y = 80.65 (16^{0.001404}) = 81$$

$$Y = 80.65 (17^{0.001404}) = 81$$

TASA DE CRECIMIENTO PROYECTADA

$$M = c(1 + r)^{n-1}$$

$$r = \sqrt[n-1]{\frac{M}{c}} - 1$$

$$r = \sqrt[4]{\frac{81}{80}} - 1$$

$$r = 0.0031 = 0.31\%$$

Anexo D

Escritura de Constitución

Proyecto de escritura de constitución de la microempresa

a. Primera: Comparecientes

En el cantón San Pedro de Huaca a losdías del mes de Del año dos mil....., comparecen los señores: Accionistas 1,2,3,4,5, todos mayores de edad, de nacionalidad ecuatoriana domiciliados en el cantón San Pedro de Huaca, capaz para contratar y obligarse.

Los comparecientes manifiestan su voluntad de constituir como en efecto constituyen a través de este acto, una microempresa de tipo familiar debido al tamaño y al número de personas que trabajarán en este sitio.

Sera de Sociedad Anónima, que se registrá de conformidad a los presentes estatutos:

b. Segunda Denominación y Objeto



La Microempresa que constituimos se denominará Sala de Velaciones “San Pedro de Huaca “y tendrá como objeto principal brindar los diferentes tipos de Servicios Funerarios al cantón San Pedro de Huaca,

como son. Servicio Integral, Servicio Económico, Servicio de Alquiler: Alquiler de las Salas de Velación y el Alquiler de la Capilla Ardiente.

c. Tercera: Domicilio

La Microempresa Sala de Velaciones “**San Pedro de Huaca**” tendrá el domicilio principal en el Barrio Pajablanca Norte del Cantón San Pedro de Huaca entre la calle 8 de Diciembre y la Panamericana. Sin perjuicio que pueda abrir sucursales en otros cantones de la Provincia del Carchi.

d. Cuarta: Plazo

El plazo por el cual se constituye la Microempresa Sala de Velaciones “**San Pedro de Huaca**” es de cinco años, tiempo que puede ser ampliado o restringido, de conformidad a estos estatutos.

e. Quinta: Capital

El Capital de la Microempresa Sala de Velaciones “**San Pedro de Huaca**” es de 238.364,66; los accionistas han aportado de la siguiente manera:

TABLA 75: Distribución del Capital de la Microempresa

Nombre del Accionista	Capital que Aporta	Porcentaje
Accionista 1	75.000,00	31.46%
Accionista 2	62.000,00	26.00%
Accionista 3	33.788,22	14.18%
Accionista 4	33.788,22	14.18%
Accionista 5	33.788,22	14.18%
TOTAL	238.364,66	100%

f. Sexta: Valor de la Acción

El valor de cada acción es de Cinco Mil dólares.

g. Séptima: Seguridad del Aporte

Si alguno de los accionistas decidiera separarse de la Microempresa Sala de Velaciones “**San Pedro de Huaca**” antes de los tres años de actividad y retirar el capital o bienes, será sancionado con reducción del 40% del aporte y tendrá derecho a recibir el 60% de lo que entrego como capital.

h. Octava: Responsabilidad de los Accionistas

Los accionistas serán responsables ante terceros ante el monto de sus aportes.

i. Novena: Administración

Todos los accionistas tendrán derecho a participar en la dirección de la Microempresa Sala de Velaciones “**San Pedro de Huaca**” y la administración corresponde al administrador y/o responsable nombrado por los accionistas.

En calidad de responsable, representante y administrador de la Microempresa Sala de Velaciones “**San Pedro de Huaca**”, se nombra a

j. Décima: Derecho a voto

Los accionistas tendrán derecho a un solo voto y se valorará en función del porcentaje de acciones que mantendrá en la Microempresa.

k. Décima Primera: Remuneraciones

El sueldo del Administrador será determinado por la Junta General de Accionistas.

l. Décima Segunda: Ganancias y/o Pérdidas

Las utilidades de la Microempresa Sala de Velaciones “**San Pedro de Huaca**”, se repartirán de acuerdo a los porcentajes de los capitales aportados, después de dos años de funcionamiento y solamente en el

25%, luego de realizar las deducciones para fondo de reserva, obligaciones fiscales y derechos sociales.

m. Décima Tercera: Reserva Legal

La Microempresa Sala de Velaciones “**San Pedro de Huaca**” formará un fondo reserva de por lo menos del 20% del capital social, que provendrá de las utilidades líquidas en un 5% cada año.

n. Décima Cuarta: Fiscalización

Ordinariamente se realizará una fiscalización cada año y extraordinariamente la mayoría de los accionistas podrán solicitar la designación de un fiscalizador que podrá ser accionista o no, para inspeccionar todas las operaciones de la Microempresa Sala de Velaciones “**San Pedro de Huaca**”

o. Décima Quinta: Terminación de Actividades

Por decisión unánime de los accionistas podrán concluir las actividades de la Microempresa Sala de Velaciones “**San Pedro de Huaca**”. En este caso se devolverán los bienes y recursos tal como estén a esa fecha.

Para constancia y fe de la aceptación a todas y cada una de las cláusulas, las partes suscriben en una original y tres copias, en la ciudad y fecha señaladas.

Nota: Se hará reconocimiento de firmas y rubricas ante uno de los jefes de lo civil para que este documento privado se convierta en documento público y tenga fuerza legal para demandar en caso necesario.

La base legal en una Empresa es de vital importancia ya que a través de estas leyes brindan mayor estabilidad y confiabilidad para que se cumpla con todos los parámetros que rigen las leyes vigentes de las asociaciones de las compañías, sean privadas o públicas las cuales respaldan y ayudan a tener seguridad para cumplir con todas las normas que dicta la ley.

AUTORÍA

Nosotras , ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ con cédula de ciudadanía número 040105096-8 y GLORIA MARÍA SERRANO CHAMORRO , con cédula de ciudadanía número 040129590-2, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SALA DE VELACIONES EN LA CIUDAD DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI", que no ha sido presentado en ningún otro grado, ni calificación profesional; y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ

C.I.0401050968



GLORIA MARÍA SERRANO CHAMORRO

C.I.0401295902

CERTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

En mi calidad de Director del trabajo de grado presentado por las egresadas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Escuela de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica del Norte: ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ y GLORIA MARÍA SERRANO CHAMORRO para optar por el Título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría CPA cuyo tema es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SALA DE VELACIONES EN LA CIUDAD DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI", considero que el presente trabajo reúne los requisitos correspondientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 22 días del mes de Noviembre del 2013.

Firma



EC. ESTUARDO AYALA
CC. 040046798-1

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ, con cédula de ciudadanía número 040105096-8, y GLORIA MARÍA SERRANO CHAMORRO, con cédula de ciudadanía número 040129590-2, manifestamos que nuestra voluntad es el de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador artículos 4,5y 6, en calidad de autores(as) de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SALA DE VELACIONES EN LA CIUDAD DE HUACA-PROVINCIA DEL CARCHI" que ha sido desarrollado para optar por el Título de Ingenierías en Contabilidad y Auditoría C.P.A. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada, en concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma



Nombre: ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ

Cédula: 0401050968

Firma



Nombre: GLORIA MARÍA SERRANO CHAMORRO

Cédula: 0401295902

Ibarra, a los 22 días del mes de Noviembre del 2013

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, ELENA MAGALY ROSERO MUÑOZ, con cédula de ciudadanía número 040105096-8, y GLORIA MARIA SERRANO CHAMORRO con cedula de ciudadanía número 040129590-2, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 22 días del mes de Noviembre del 2013.

LAS AUTORAS:

(Firma).....

Magaly Rosero

C.C:0401050968

(Firma).....

Gloria Serrano

C.C: 0401295902

ACEPTACIÓN:

Firma).....

Ing. Betty Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Honorable Consejo Universitario