



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS FUNERARIOS COMPLETOS EN
EL CANTÓN OTAVALO”**

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERAS EN
CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA CPA**

AUTORES

ANA LUCIA RUIZ FUERTES

MARIA FERNANDA VACA MENA

Ibarra, Febrero del 2011

RESUMEN EJECUTIVO

Este Servicio es utilizado a nivel mundial y ofertado de distintas maneras según se lo requiere, en nuestro país podemos encontrar a la prestigiosa empresa Memorial. En la provincia de Imbabura exactamente en la ciudad de Ibarra podemos encontrar los servicios que brinda la empresa de Servicios Funerarios la Merced; en cambio en el Cantón de Otavalo lugar donde vamos a ofertar nuestros servicios no se oferta un servicio completo que comprenda los deseos de los seres queridos en su despedida. En el Cantón Otavalo solo existen lugares donde en forma individual ofrecen venta de ataúdes, sala de velaciones, venta de flores entre las conocidas podemos nombrar a las siguientes: Funeraria Unda (venta de ataúdes), Sindicato de Choferes (sala de velaciones), Asociación de Jubilados (sala de velaciones a los socios. Y no realizan todos los trámites legales ni tampoco dan la asistencia necesaria para la cristiana sepultura de un ser querido de acuerdo a las costumbres o tradiciones. La actuación de la empresa funeraria, en sentido de gestora de los actos y trámites derivados del fallecimiento, puede abarcar todos ellos o sólo algunos, en función de si el ámbito de su actividad es mayor o menor, y de las decisiones y preferencias de los usuarios.

Dentro del amplio abanico de servicios que pueden ofrecerse, hay algunos cuya prestación resulta obligatoria, por ser imprescindibles para llegar al destino final del cadáver. Estas actuaciones obligatorias son básicamente:

- Obtención del certificado médico de defunción
- Inscripción de la defunción en el registro civil.
- Obtención de la licencia para dar sepultura.
- El suministro del féretro.
- Preparación del cadáver
- Conducción o traslado del cadáver hasta el cementerio o crematorio.
- Su inhumación o cremación.

Nuestra demanda potencial de: 24357 personas estarían dispuestas a contratar nuestros servicios. De los cuales estamos dispuestos atender durante el año en un porcentaje del 0.37% de la demanda potencial es decir 90 paquetes anuales. El estudio de factibilidad que se realizó nos da como resultado la aceptación de la creación de la Empresa de Servicios Funerarios Completos que llevara por nombre “CAMPO DE PAZ OTAVALO” La empresa de servicios funerarios Campo de Paz Otavalo se encontraría ubicado en la parroquia el Jordán, Barrio San Blas, entre las calles Bolívar y Panamericana Sur.

Queremos Brindarle la mejor atención a nuestros clientes frente a las eventualidades presentadas por la pérdida de un ser querido, por esto contaremos con salas de velación, cofres mortuorios, traslado de restos, crematorio, entre otros.

Con los resultados que arrojó el Estudio de Mercado, nuestra empresa se orienta a brindar diferentes tipos de servicios funerarios a 145 fallecidos al año, este dato fue facilitado por el Registro civil de la ciudad de Otavalo.

Mediante esta cantidad de fallecidos , la Empresa de servicios Funerarios requiere dotar de una infraestructura adecuada para el buen servicio de los mismos , para lo cual se ha estimado crear la empresa de servicios Funerarios en una área de 1500 metros cuadrados de terreno, para la construcción tanto de la obra civil como de los servicios generales.

La capacidad de las sala de velaciones de personas que pueden acompañar al fallecido por cada sala de velación será de 100 personas. Tendremos dos salas de velaciones debidamente arregladas y disponibles para los funerales.

Los accionistas o dueños de la empresa, son quienes la administrarán mediante su intervención directa en la implementación, perfeccionamiento y crecimiento de éste negocio.

THEY SUMMARIZE EXECUTIVE

This Service is used at world and offered level in different ways according to it requires it to him, in our country we can find to the noted company Brief. In the county of Imbabura exactly in the city of Ibarra can find the services that it offers the service industry Morticians the Merced; on the other hand in the Canton of Otavalo locus in quo we will offer our services a complete service it is not offered that understands the desires of the dear beings in their farewell.

In the Canton alone Otavalo places exist where in form singular they offer sale of caskets, room of watches, sale of flowers among the acquaintances can name to the following ones: Funeral Unda (sale of caskets), Union of Chauffeurs (room of watches), Association of Pensioners (room of watches to the partners. And they don't carry out all the legal steps neither neither they give the necessary attendance for the Christian sepulchre of a to be wanted according to the customs or traditions. The performance of the funeral company, in agent's of the acts sense and derivative steps of the death, it can embrace all them or only some, in function of if the environment of its activity is bigger or smaller, and of the decisions and preferences of the users.

Inside the wide fan of services that you/they can offer, there are some whose benefit is obligatory, to be indispensable to arrive to the final destination of the cadaver.

These obligatory performances are basically:

- Obtaining of the medical certificate of death
- Inscription of the death in the civil registration.
- Obtaining of the license to give sepulchre.
- The supply of the coffin.
- Preparation of the cadaver

- Conduction or transfer of the cadaver to the cemetery or crematory. Their burial or cremation.

Our potential demand of: 24357 people would be willing to hire our services. Of which we are willing to assist that is to say during the year in a percentage of 0.37% of the potential demand 90 annual packages

The study of feasibility that one carries out gives us as a result the acceptance of the creation of the Service industry Complete Morticians that took for name "FIELD OF PEACE OTAVALO" The service industry morticians Field of Peace Otavalo would be located in the parish the Jordan, Neighborhood San Blas, among the streets Bolívar and Pan-American South.

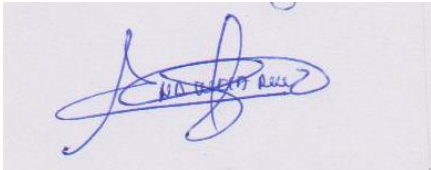
We want to Offer the best attention to our clients in front of the eventualities presented by the loss of a to be wanted, for this reason we will have watch rooms, mortuary coffers, transfer of remains, crematory, among others. With the results that I throw the Study of Market, our company is guided to offer different types of funeral services to 145 deceaseds a year, this fact was facilitated by the civil Registration of the city of Otavalo.

By means of this quantity of deceaseds, the Service industry Morticians requires to endow of an appropriate infrastructure for the good service of the same ones, for that which has been considered to create the service industry Morticians in an area of 1500 square meters of land, for the so much construction of the civil work as of the general services.

The capacity of the room of people's watches that you/they can accompany the deceased for each watch room will belong to 100 people. We will have two rooms of properly orderly and available watches for the funeral ones. The shareholders or owners of the company, are who will administer it by means of their direct intervention in the implementation, improvement and growth of this business.

AUTORIA

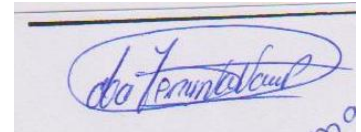
Yo, Ana Lucia Ruiz Fuertes y María Fernanda Vaca con cédula de identidad Nro.100197380-7 y 100240511-4 declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de nuestra autoría : “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios Funerarios Completos en la Ciudad de Otavalo Provincia de Imbabura.”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluye en este documento.



Firma:

Nombre: Ana Lucia Ruiz
Vaca

CC: 100197380-7




Firma:

Nombre: María Fernanda

CC: 100240511-4

APROBACION DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas Ana Lucia Ruiz Fuertes y María Fernanda Vaca, para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, cuyo tema es: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios Funerarios Completos en la Ciudad de Otavalo Provincia de Imbabura.”. Considero el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.



Firma

Firma



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y 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, determinó 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:	1001973807-7	100240511-4
APELLIDOS Y NOMBRES:	ANALUCIA RUIZ Y FERNANDA VACA	
DIRECCIÓN:	OTAVALO-BOLIVAR Y OLMEDO	
EMAIL:	hfvaca@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO: 062923463	TELÉFONO MÓVIL: 0998357945	0995258418
DATOS DE LA OBRA		
TÍTULO:	"Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios Funerarios Completos en la Ciudad de Otavalo Provincia de Imbabura."	
AUTOR (ES):	ANALUCIA RUIZ Y FERNANDA VACA	
FECH:AAMMDD		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO		
PROGRAMA:	PREGRADO	POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA.	
ASESOR/DIRECTOR:	ING.GUILLERMO BRUSIL	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Ana Lucia Ruiz Fuertes y María Fernanda Vaca con cédula de identidad Nro.100197380-7 y 100240511-4 en calidad de autor (es) y titular (es) 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 Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de 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 143.

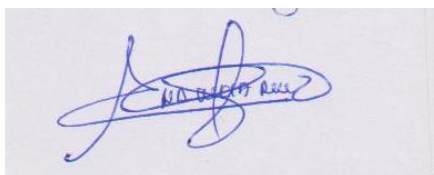
3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor a terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares 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 días del mes de Diciembre del 2010.

LAS AUTORAS

ACEPTACION



Firma:

Nombre: Ana Lucia Ruiz

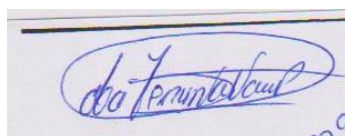
CC: 100197380-7

Firma:

Nombre:

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Firma:



Nombre: María Fernanda Vaca

CC: 100240511-4

Facultado _____ por _____ resolución _____ de _____ Consejo Universitario _____



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Ana Lucia Ruiz y María Fernanda Vaca, con cédula de identidad Nro1001973807 y 1002405114, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: _“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios Funerarios Completos en la Ciudad de Otavalo Provincia de Imbabura.” , que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniería en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo 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).....

(Firma).....

Nombre: ANA LUCIA RUIZ
VACA

Cédula: 100197380-7

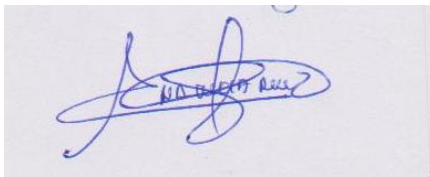
Nombre: MARÍA FERNANDA

Cédula: 100240511-4

Ibarra, a los 11 días del mes de febrero de 2011

AUTORIA

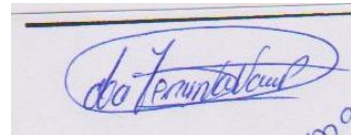
Yo, Ana Lucia Ruiz Fuertes y María Fernanda Vaca con cédula de identidad Nro.100197380-7 y 100240511-4 declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de nuestra autoría : “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios Funerarios Completos en la Ciudad de Otavalo Provincia de Imbabura.”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluye en este documento.



Firma:

Nombre: Ana Lucia Ruiz
Vaca

CC: 100197380-7



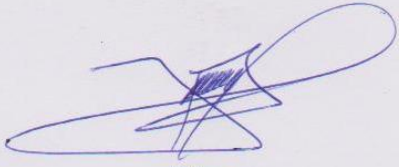
Firma:

Nombre: María Fernanda

CC: 100240511-4

APROBACION DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas Ana Lucia Ruiz Fuertes y María Fernanda Vaca, para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, cuyo tema es: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios Funerarios Completos en la Ciudad de Otavalo Provincia de Imbabura.”. Considero el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.



Firma

DEDICATORIA

Al culminar esta etapa de formación profesional debemos ser gratas con Dios, amigo infalible y testigo permanente de nuestros tropiezos y triunfos.

A nuestros padres que han guiado mis pasos con su testimonio de vida de quien hemos recibido la fortaleza y sabiduría para perfeccionar mi proyecto de vida.

A nuestros esposos e hijos pilar fundamental de nuestras vidas, quienes con su comprensión alimentaron nuestra voluntad y nos animaron a ser constantes, dedicadas, únicas normas disciplinarias para lograr las metas, su tierno amor de esposos y de hijos nutrieron nuestras débiles fuerzas e hicieron de cada una de nosotras, la esposa y madre mejor perfeccionada, que puede responder a las exigencias de las nuevas concepciones maternas que permiten ser: Profesional, madre y formadora de la vida.

AGRADECIMIENTO

El sentimiento más noble del ser humano es la gratitud; por ello quiero expresar mi sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte, que me acogió, cobijó mi débil voluntad, asumió mi gran deseo de superación, para hacer de mí, un ser humano profundo, espiritual y eficiente, que pueda honrar la terea formadora que tiene este prestigioso centro de formación superior.

Al Ing. Guillermo Brusil, asesor de mi proyecto, digno ser humano revestido de humildad, sencillez, profundidad espiritual y capacidad profesional, componentes que adornan a los sabios, por sus excelentes consejos que me han permitido culminar con éxito este trabajo.

A las autoridades y catedráticos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, de quienes llevamos en la mente y corazón sus sabios consejos y conocimientos, parámetros que nos hacen crecer y ser excelentes profesionales, formadoras de la mente y de la vida humana.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁG.
CARÁTULA	I
RESUMEN EJECUTIVO	II-III
RESUMEN EJECUTIVO EN INGLES	IV-V
AUTORIA	VI
APROBACIÓN DEL ASESOR	VII
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	VIII-IX
CESION DE DERECHOS	X
DEDICATORIA	XI
AGRADECIMIENTO	XII
INDICE	XIII-XVI
1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	
Análisis Externo.....	1
Variables Diagnósticas.....	2
Matriz de relación Diagnóstico.....	4-5
Identificación de la población y muestra.....	6
Población.....	6
Muestra.....	6
Matriz FODA.....	7
Matriz FODA de la Encuesta.....	15
Matriz FODA de la Entrevista.....	20
Matriz FODA del Diagnóstico.....	22
Identificación del Problema Diagnóstico Causas Y Efectos.....	24
CAPÍTULO 2	
2 BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS	
Servicios.....	25
Definición.....	25
Servicios Exequiales.....	25
Ética y Costumbres del Funeral.....	26
Porque van tan despacio las Carrozas....	27
Fundamentos de la Mercadotecnia.....	28
Concepto de Mercadotecnia.....	28
Mezcla de Mercadotecnia.....	29
Administración de Marketing.....	31
Producto u Oferta.....	31
Mercado.....	31
Mercado Disponible.....	31

Fundamento de la Administración.....	34
Concepto de Administración.....	34
Proceso Administrativo.....	34
Etapas del Proceso Administrativo.....	34
Fundamentos de la Contabilidad.....	36
Concepto de Contabilidad.....	36
Importancia de la Contabilidad.....	36
Clasificación de la Contabilidad.....	37
Principios Generales de la Contabilidad...	38
La Partida Doble.....	39
Principios Fundamentales de la Partida Doble.....	40
Plan de Cuentas.....	40
Estudio de Factibilidad.....	42
Definición de Estudio de Factibilidad.....	42
Empresa.....	49
Definición De Empresa.....	49
Empresas de Servicios.....	49
Tipos de Empresas.....	49

CAPÍTULO 3

3 ESTUDIO DE MERCADO

Identificación del Producto con Análisis Cuantitativo y Cualitativo.....	55
Mercado Meta.....	56
Segmento del Mercado	56
Procesamiento de Investigación.....	57
Encuesta.....	57
Identificación de la Demanda.....	65
Proyección de la Demanda.....	65
Competencia.....	66
Análisis Comparativo de la Competencia....	67
Demanda Potencial Insatisfecha.....	68
Precios.....	68
Conclusiones del Estudio.....	70

CAPÍTULO 4

4 PROPUESTA ESTRATÉGICA

Nombre o Razón Social.....	71
Macro y Micro localización.....	71
Macro localización del Proyecto.....	71

Micro localización del Proyecto.....	73
Ubicación de la Empresa.....	73
Misión.....	73
Visión.....	74
Principios y Valores.....	74
Servicio al Cliente.....	74
Calidad.....	74
Respeto, Seguridad y Confianza.....	74
Honradez.....	74
Tipo de Empresa.....	74
La Organización.....	74
Organigrama Estructural.....	75
Descripción de Funciones.....	76
Gerente Propietario.....	76
Contadora.....	77
Secretaria.....	78
Auxiliar de Servicios Generales.....	78
Flujo grama del proceso.....	80
Croquis.....	81
La Empress.....	81
Servicio Para El Sepelio.....	83
Traslado y preparación del Difunto.....	83
Organización del entierro.....	82
Tramitaciones y Gestiones.....	84
Traslados.....	84
Capacitación.....	85
Comercialización.....	85
Operatividad Empresarial.....	85
Servicios Exequiales Integrales.....	88
Tipos de Servicios.....	90
Propuesta de Paquetes y servicios.....	97
Estrategias Empresariales.....	104
Estrategias Mercadológicas de Posicionamiento...	104
Estrategias Operativas.....	105
Financiera.....	107
Diseño de Instalaciones.....	108

CAPÍTULO 5

5 EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA.....	112
Presupuesto de Inversión.....	112
Estructura de la Inversión.....	116

Cálculo del Costo de Capital.....	116
Determinación para el costo de Capital.....	117
Proyección de Ventas Costos y Gastos.....	117
Proyección de Ventas.....	117
Costos Operativos.....	118
Gastos Administrativos.....	120
Gastos Financieros.....	125
Capital de Trabajo.....	125
Depreciaciones.....	127
Proyección de Estados Financieros.....	129
Flujo de Caja.....	130
Evaluación de la Inversión.....	130
VAN (Valor Presente Neto).....	132
TIR (Tasa Interna de Retorno).....	134
Costo Beneficio.....	135
Recuperación De la Inversion.....	136
Punto de Equilibrio.....	
CAPITULO 6	
6 ANALISIS DE IMPACTOS.....	138
Impacto Social.....	139
Impacto Cultural.....	140
Impacto Económico.....	141
Impacto Ético.....	143
Impacto Empresarial.....	144
Impacto Tecnológico.....	146
CONCLUSIONES	148
RECOMENDACIONES	150
FUENTES DE INFORMACIÓN	150
ANEXOS	153-164

CAPITULO 1

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANÁLISIS EXTERNO

Este Servicio es utilizado a nivel mundial y ofertado de distintas maneras según se lo requieren así podemos citar que otros países de culturas más desarrolladas que ofertan este tipo de servicios como:

- E.M.S.F.M en la ciudad de Madrid – España.
- SERVEIS FUNERARIS de Barcelona
- GROUP MEMORA – Barcelona España
- POMPAS FUNEBRES – Venezuela
- ZWICK & JOHN FUNERAL HONES – EEUU
- PLANES FUNERARIOS COL – COLOMBIA.

En la que se ofertan variedad de Servidos y productos a la hora de dar el último adiós al Ser querido honrando así su partida.

En nuestro país podemos encontrar a la prestigiosa empresa Memorial que brinda sus servicios en las principales ciudades del país, Quito, Guayaquil Y Cuenca.

En la provincia de Imbabura exactamente en la ciudad de Ibarra podemos encontrar los servicios que brinda la empresa de Servicios Funerarios la Merced que está ubicada sus instalaciones en el centro de la ciudad.

En cambio en el Cantón de Otavalo lugar donde vamos a ofertar nuestros servicios no se oferta un servicio completo que comprenda los deseos de los seres queridos en su despedida, que es una actitud comprensible y humana porque significa un homenaje póstumo de respeto y admiración.

En el Cantón Otavalo solo existen lugares donde en forma individual ofrecen venta de ataúdes, sala de velaciones, venta de flores entre las conocidas podemos nombrar a las siguientes:

- Funeraria Unda (venta de ataúdes)
- Sindicato de Choferes (sala de velaciones)
- Asociación de Jubilados (sala de velaciones a los socios)

1.2 VARIABLES DIAGNÓSTICAS.

Dentro de la investigación del presente trabajo se han determinado 5 variables diagnósticas, las cuales permitirán obtener la suficiente información con el fin de poder diagnosticar el problema en el cual se basa la elaboración de este trabajo. Así tenemos las siguientes variables:

- Variable 1: Servicio.
- Variable 2: Mercado.
- Variable 3: Comercialización.
- Variable 4: Precio.
- Variable 5: Empresa.

1.2 INDICADORES O SUB-ASPECTOS QUE DEFINEN LAS VARIABLES.

Los indicadores que se han determinado dentro de las variables del presente trabajo son:

Variable 1: Servicio.

Indicadores:

- Servicios ofertados.
- Contratación de servicios.
- Variedad de servicios.
- Precio.
- Características.
- Beneficios.
- Calidad de los servicios.

Variable 2: Mercado.

Indicadores:

- Tamaño del mercado.
- Tasa de crecimiento del mercado.
- Tendencias del mercado

Variable 3: Comercialización.

Indicadores:

- Precio.
- Proceso de compra de los servicios.
- Servicios ofertados.

Variable 4: Precio.

Indicadores:

- Costos de producción de los servicios.
- Calidad de los servicios.
- Precio de venta.

Variable 5: Empresa.

Indicadores:

- Venta de los servicios.
- Posicionamiento.
- Imagen.

1.3 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICO.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar los servicios exequiales que se ofertan en el Cantón Otavalo.	- Servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios ofertados. - Contratación de servicios. - Variedad de servicios. - Precio. - Características. - Beneficios. - Calidad de los servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista. - Observación 	<ul style="list-style-type: none"> - Gerentes o Administradores de funerarias y salas de velación.
Realizar un Estudio de Mercado para establecer las tendencias sobre los servicios exequiales en el Cantón Otavalo.	- Mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Tamaño del mercado. - Tasa de crecimiento del mercado. - Tendencias del mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Potenciales clientes. - Gerentes o administradores de funerarias y salas de velación.
Realizar el Estudio Técnico de la Prestación y Comercialización de	- Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - Precio. - Proceso de compra 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Potenciales clientes. - Gerentes o

Servicios Exequiales Integrales.		de los servicios. - Servicios ofertados.		administradores de funerarias o salas de velación.
Establecer los parámetros para determinar los precios de los servicios exequiales.	- Precio	- Costos de producción de los servicios. - Calidad de los servicios. - Precio de venta.	- Entrevista	- Gerentes o administradores de funerarias y salas de velación.
Diseñar la Estructura Organizacional de la Empresa.	- Empresa	- Venta de los servicios. - Posicionamiento. - Imagen.	- Encuesta - Observación	- Potenciales clientes.

Cuadro N° 1. Matriz de Relación Diagnostico.

Fuente: Investigación.

Autora: Ana Lucía Ruiz y Fernanda Vaca

1.4 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA.

1.4.1 POBLACIÓN.

La investigación estará dirigida a la siguiente población:

POBLACION DE LA PROVINCIA DE IMBABURA		421,930
DATOS DE LA POBLACION DE OTAVALO POR EDADES		110,461
EDAD	CANTIDAD	%
35-39	5,998	5.43
40-44	6,970	6.31
45-49	5,335	4.83
50-54	4,982	4.51
55-59	4,518	4.09
60-64	3,424	3.1
	31,227	

Cuadro N° 2. Población del Cantón Otavalo por edades.

Fuente: Investigación.

Autora: Ana Lucía Ruiz y Fernanda Vaca

1.4.2 MUESTRA.

Para calcular la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot S^2 \cdot N}{n^2 N - 1 + Z^2 S^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Universo o población a estudiarse.

S² = varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Es un valor constante que equivale a 0.25 ya que la desviación típica tomada como referencia es = 0.5.

N – 1 = Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

E = Límite aceptable de error de muestra que varía entre 0.01 y 0.09 (1% y 9%)

Z = Límite de confianza con el que se va a realizar. Es un valor constante que se lo toma en relación a 95% que equivale al 1.95.

Cálculo del Tamaño de la Muestra.

Reemplazando:

$$n = \frac{1.96 (0,25)(31227)}{0.25 \cdot 31227 + 1.96 (0.25)}$$

$$n = \frac{29.990,41}{7805.75 + 0.9604}$$

$$n = \frac{29990.41}{7807}$$

$$n = 3.84 \%$$

$$\mathbf{n = 384}$$

El tamaño de la muestra para la aplicación de las encuestas es de 384.

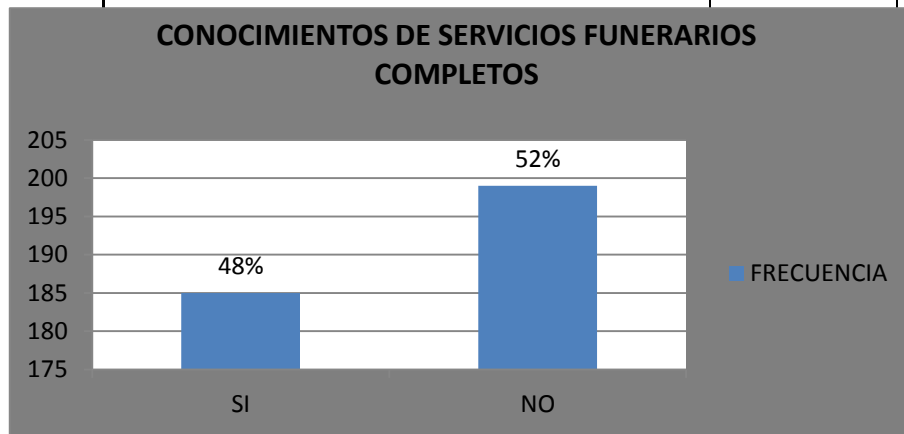
1.5 MATRIZ FODA.

Habiendo realizado las encuestas en el Cantón Otavalo para el Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa de Servicios Funerarios Completos en el Cantón Otavalo, a una población comprendida entre 35 y 64 años de Edad con una población de 31.227 personas, por lo que utilizo para la encuesta una muestra de 384 personas entre hombres y mujeres, las mismas que ubicamos en las Parroquias urbanas y rurales del Cantón.

A continuación presentamos los resultados obtenidos de acuerdo a las encuestas formuladas.

1.- ¿Sabe usted en qué consiste los Servicios Funerarios Completos?

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	185	48
NO	199	52
	384	100



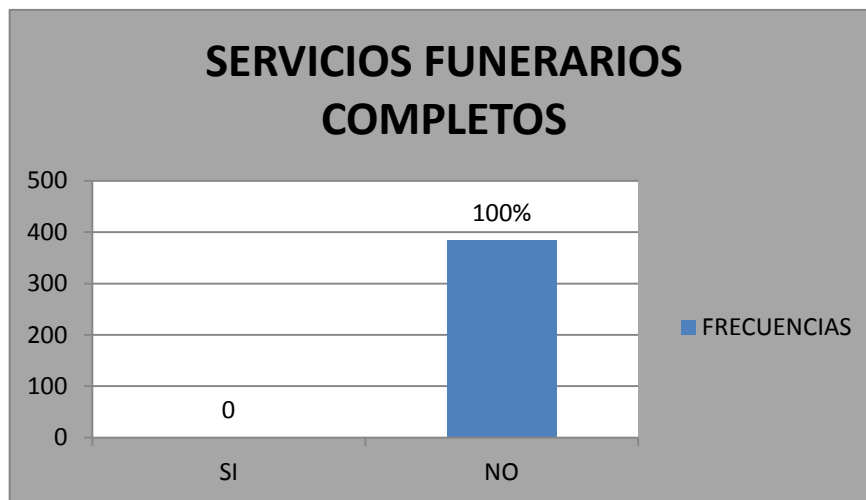
Elaborado por: las autoras

ANALISIS:

De acuerdo a los resultados de los datos que se obtuvo en las encuestas realizadas a los ciudadanos y ciudadanas del Cantón Otavalo, se puede evidenciar que un importante 52% si tiene conocimiento en qué consisten los Servicios Funerarios Completos, mientras que un 48% no tiene conocimiento de que consisten los Servicios Funerarios Completos.

2.- Conoce Usted una empresa que brinde servicios Funerarios Completos en el Cantos Otavalo.

	FRECUENCIAS	%
SI	0	0
NO	384	100
	384	100



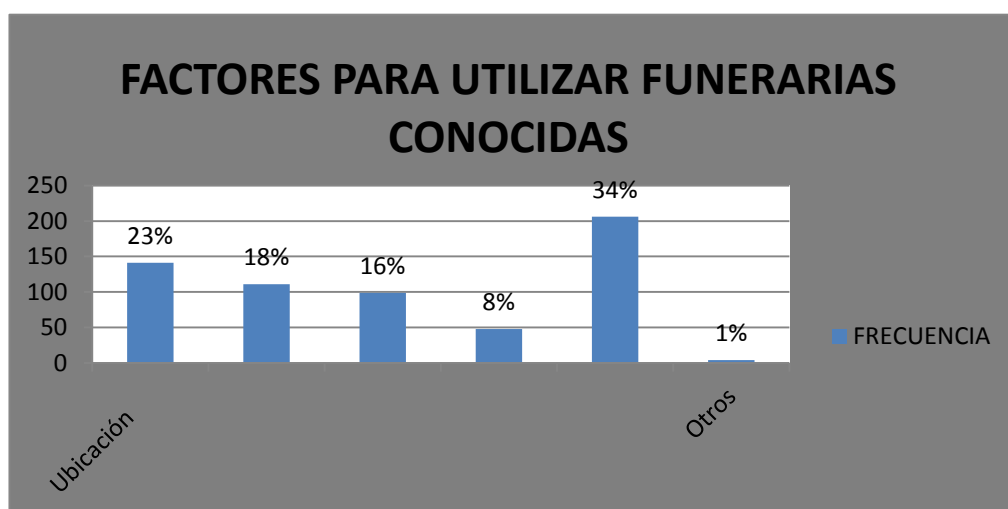
Elaborado por: las autoras

ANALISIS:

De acuerdo a los 384 encuestados podemos darnos cuenta que en el cantón Otavalo no existe una empresa que brinde Servicios Funerarios Completos que brinden una asistencia Integral en el caso de fallecimiento de una persona.

4.- En caso de Fallecimiento de una familiar por qué servicios usted visita estos establecimientos de Servicios Funerarios.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Ubicación	141	23
Servicio adecuado	111	18
Instalaciones cómodas	99	16
Ambiente agradable	48	8
Precios cómodos	206	34
Otros	4	1
	609	100



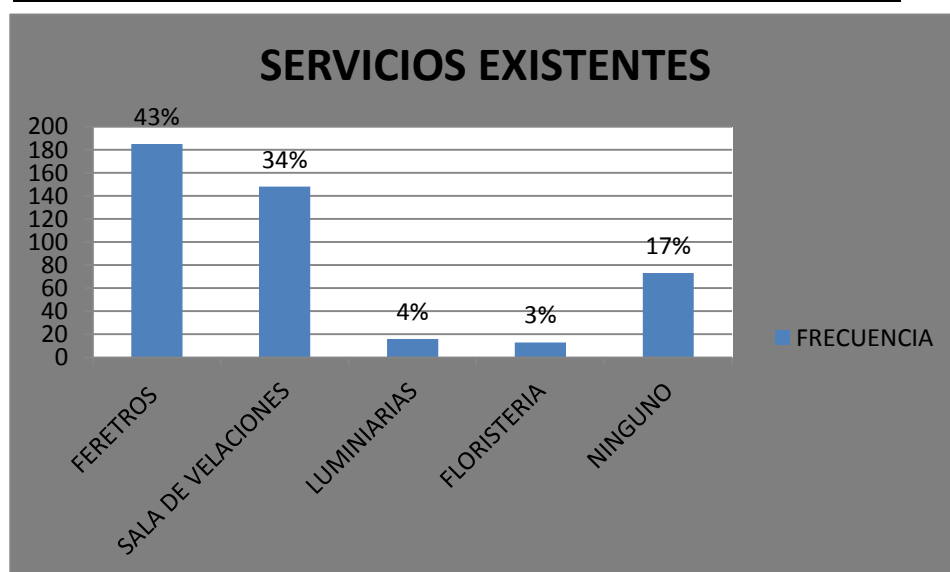
Elaborado por: las autoras

ANALISIS:

Los establecimientos que brindan servicios funerarios en el Cantón Otavalo lo hacen de acuerdo a la disponibilidad de servicios ante lo requerido para las ocasiones de atender el fallecimiento de un familiar, estos establecimientos son contratados por ser los únicos que brindan servicios de asistencias funeraria en muchos de los casos son utilizados en 34% por los precios cómodos, 23% por la ubicación, un 18% por el servicios adecuado, un 16% instalaciones cómodas, un 8% por el ambiente agradable y el 1% por otros.

5.- Que servicios ha utilizado usted en las funerarias que existen en el Cantón Otavalo.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
FERETROS	185	43
SALA DE VELACIONES	148	34
LUMINIARIAS	16	4
FLORISTERIA	13	3
NINGUNO	73	17
	435	100



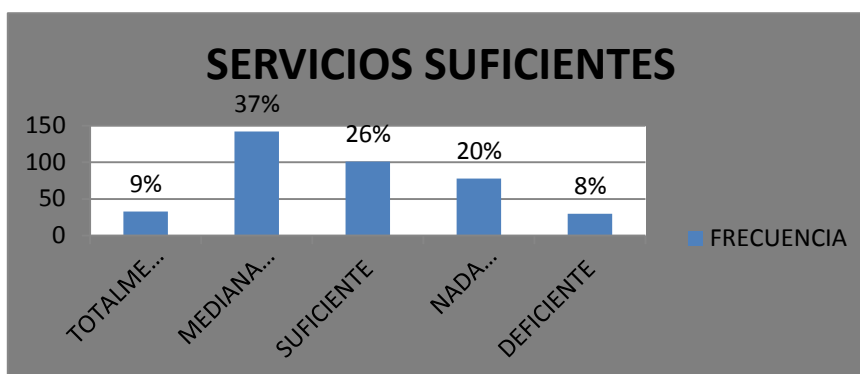
Elaborado por: las autoras

ANALISIS.-

Se puede apreciar que la mayor parte de los usuarios contratan los servicios de manera indistinta en varios lugares por no haber un solo lugar que cubra las necesidades requeridas en el momento de necesitarlo, podemos observar que en un 43% acuden por la compra de Féretros en un 34% por la Sala de Velaciones, en un 4% por la Luminaria (Funeraria) y en un 3 % por la floristería el resto debe adquirir en otros lugares o hacer los trámites personalmente.

6.- Le parece que es suficiente los Servicios Funerarios que brindan actualmente en el Cantón Otavalo.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
TOTALMENTE SUFICIENTE	33	9
MEDIANAMENTE SUFICIENTE	142	37
SUFICIENTE	101	26
NADA SUFICIENTE	78	20
DEFICIENTE	30	8
	384	100



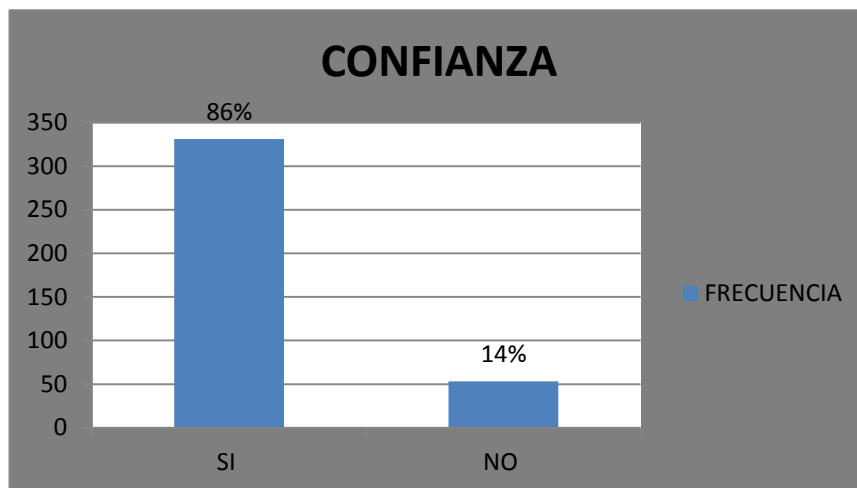
Elaborado por: las autoras

ANALISIS:

Se puede apreciar que en un 37% esta medianamente satisfecha con los servicios funerarios que actualmente de oferta en el Cantón Otavalo , un 26% cree que es suficiente pero sin estar totalmente satisfecho, el 20% piensa que es nada suficiente los Servicios funerarios y el 8% opina que es deficiente el servicio que Ofertan actualmente estos establecimientos de servicios funerarios, por lo que podemos entender que existe una importante demanda insatisfecha a la cual podríamos atender de manera óptima y seria nuestros posible cliente.

11.- Depositaria usted la confianza en una empresa que le ofrezca cubrir todos los aspectos funerarios en caso de fallecimiento de un familiar.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	331	86
NO	53	14
	384	100



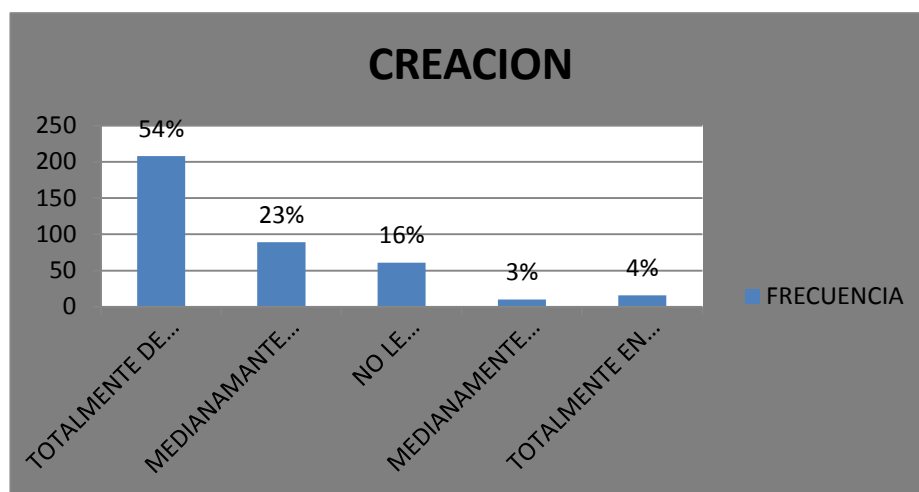
Elaborado por: las autoras

ANALISIS:

Después de las encuestas realizadas podemos decir que en un 86% de los encuestados si depositaria la confianza en una empresa que brinde los Servicios Funerarios Completos, ya que se convierte en una demanda potencial que le dará respaldo para la creación de esta nueva empresa.

12.- Cree usted que con la creación de este establecimiento de servicios funerarios completos se solucionará en parte los problemas en esos momentos de dolor.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	208	54
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	89	23
NO LE AFECTARIA EN NADA ESTA CREACION	61	16
MEDIANAMENTE EL DESCUERDO	10	3
TOTALMENTE EN DESACUERDO	16	4
	384	100



Elaborado por: Las autoras

ANALISIS:

Podemos darnos cuenta claramente que la creación de la empresa de Servicios Funerarios Completos en el Cantón Otavalo, es factible ya que contamos con un 54% de demanda real y un 23% de demanda potencial, las cuales garantizarían su formación, crecimiento, desarrollo y estabilidad de dicha empresa.

1.6 MATRIZ FODA DE LA ENCUESTA

	<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No existe una funeraria que de servicios funerarios completos. 2. Hay una demanda potencial a satisfacer muy buena debido a que no hay mucha competencia. 3. Poca difusión y explotación en este tipo de negocio. 	<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios brindados por otras organizaciones sin fines de lucro. 2. Competencia por servicios completos de otras Ciudades. 3. Extractos sociales con desconocimiento total de estos servicios.
<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio a brindar en el centro de la Ciudad la gente prefiere la ubicación. 2. El cliente prefiere la diversidad de los servicios, y es precisamente lo que brindará este proyecto. 3. Confianza de los posibles clientes en los servicios que se brindarán. 	<p>FO</p> <p>Se debe realizar promoción publicitaria en las emisoras y prensa de la Provincia de Imbabura poniendo en conocimiento los paquetes y beneficios que tiene este Proyecto.</p> <p><i>Estrategias Maxi-Maxi</i></p>	<p>FA</p> <p>Para ganar a la competencia se hará un servicio personalizado de calidad y con un valor agregado y a precios justos al cliente.</p> <p><i>Estrategias Maxi-Mini</i></p>
<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desconocimiento de los servicios funerarios de la ciudadanía en general. 2. Falta de espacios físicos por la capacidad del proyecto. 3. Falta de experiencia al iniciar el negocio. 	<p>DO</p> <p>La atención será rápida y durante las 24 horas, un cliente satisfecho es la mejor propaganda.</p> <p><i>Estrategias Mini-Maxi</i></p>	<p>DA</p> <p>La atención se la realizará en orden de llegada sin importar su condición económica o cultura, por ende se tratará de ser equitativos por la falta de espacios.</p> <p><i>Estrategias Mini-Mini</i></p>

Matriz FODA de Alternativas Estratégicas

	Oportunidades (O) 1. 2. 3. 4.	Amenazas (A) 1. 2. 3. 4.
Fortalezas (F) 1. 2. 3. 4.	FO Estrategia “Maxi-Maxi” Estrategia que aprovecha las fortalezas para maximizar las oportunidades.	FA Estrategia “Maxi-Mini” Estrategia que utiliza las fortalezas para minimizar las amenazas.
Debilidades (D) 1. 2. 3.	DO Estrategia “Mini-Maxi” Estrategia que minimiza las debilidades sacando partido de las oportunidades.	DA Estrategia “Mini-Mini” Estrategia que minimiza las debilidades y evita las amenazas.

La matriz ayuda a identificar alternativas estratégicas que aborden las siguientes preguntas adicionales:

- **Fortalezas y Oportunidades (FO)** - ¿Cómo puede utilizar sus puntos fuertes para aprovechar las oportunidades?
- **Fortalezas y Amenazas (FA)** - ¿Cómo se puede aprovechar sus fortalezas para evitar las amenazas reales y potenciales?
- **Debilidades y oportunidades (DO)** - ¿Cómo puede usted utilizar sus oportunidades para superar las deficiencias que están experimentando?
- **Debilidades y Amenazas (DA)** - ¿Cómo se puede minimizar sus debilidades y evitar las amenazas?

Uso de la Herramienta

ENTREVISTA

Luego de haber realizado la entrevista en la ciudad de Otavalo al Propietario de la FUNERARIA UNDA presentamos a continuación la presentamos información obtenida:

1.- ¿Cuántos Años Presta Usted El Servicio De Funeraria?

52 años desde generaciones familiares anteriores

2.- ¿Con Que Implementos Cuenta Usted Para Brindar El Servicio De Funeraria?

Tenemos la Venta de Fétretos, tenemos de varias clases, atendiendo todas las capacidades económicas de las personas que solicitan el servicio, el alquiler de luminarias que consiste en los focos que van alrededor de todo lo que es el cuerpo cuando se está velando, la capilla ardiente, consiste en la cruz, andamios mesas para colocar el féretro y otros implementos que más es utilizado por los indígenas cuando van a velar al fallecido en sus propios domicilios, además tenemos como complemento la venta de las cruces de madera para poner en la tumba en el caso de que se le vaya a enterrar en el suelo.

3.- ¿Usted Cubre Toda La Necesidad De La Ciudadanía Del Cantón Otavalo?

Anteriormente si cubría casi toda la necesidad en lo que se refiere a los féretros y venta de accesorios como cruces y focos, pero con el tiempo fueron creando más locales con venta de los mismos artículos, y para las velaciones han existido locales sociales como el sindicato de choferes , la sociedad Artística el club México, el club 24 de Mayo pero estos solo brindan los que es el local, yo le asisto con lo que es los féretros y los familiares de los fallecidos tienen que hacer el resto de cosas.

Actualmente, No puedo cubrir toda la demanda del servicio de Funerarias de la ciudad, a pesar de que hemos hecho de este negocio una actividad familiar, pues también en otros locales atienden mis hijos y otro local tiene un hermano mío, con estos locales en diferentes partes tenemos nuestros clientes y nos conocen de nuestro trabajo.

4.- ¿Si Su Negocio Es Familiar Y Esta Ubicado En Varios Lugares, Cubre Así Los Requerimiento De Las Persona En Caso De Necesitar Estos Servicios?

No se puede decir que se cubre todo los requerimientos que se necesita en caso del fallecimiento de una persona porque nosotros solo nos ocupamos de vender los féretros que es el objeto por lo que nos conocen, ya que los familiares de la persona fallecida tienen que ocuparse como es comprar todo lo que hace falta, flores velas atención a los que acompañan, tramites donde se requiere como registro Civil, Policía, Hospital Iglesia, Cementerio quienes den rezando, acompañamiento musical y lo que tienen cada familia como costumbre.

5.- ¿Si Su Negocio Es Familiar en el Cantón Otavalo, No Tiene Competencia Significativa En Su Actividad?

Bueno si hay competencia pero como le dije a nosotros ya nos conocen por el servicio que brindamos la venta de féretros de diferentes precios de acuerdo a la economía que dispongan porque para los féretros y algunos implementos hay de algunos precios eso ya depende de ellos.

6.- ¿La Actividad Que Usted Realiza Es Rentable?

Sí, porque de esto hemos vivido, educado a nuestros hijos, y se trata de ofrecer calidad garantizada en los artículos que ofrecemos.

7.- ¿Hay Valores Agregados Que Usted Brinda En Su Servicio De Funeraria?

Bueno, entre los valores agregados podemos citar que tenemos el alquiler de luminarias, capilla ardiente, vamos a dejar e instalar en el lugar que nos requieren y así mismo vamos a retirar, también tenemos venta de cruces puesto ya el nombre, esto si lo van a enterrar en el suelo.

8.- ¿Su servicio se limita solo a la venta de las urnas y alquiler de funeraria?

Si básicamente nuestro servicio es la venta de las cajas fúnebres y alquiler de luminarias.

9.- ¿Cree que el servicio funerario que brindan en otras ciudades es competencia para su negocio?

No porque cuando suceden estos casos siempre buscan lo más cercano y no creo que vayan a ir a otra ciudad para buscar lo que si hay aquí mismo.

Conozco que en otras ciudades brindan un servicio completo que cubre todo lo que se necesita para la asistencia en el caso de fallecimiento de una persona pero al pensar poner una empresa aquí en el Cantón Otavalo seria riesgoso ya que sería una inversión más grande y no nos hemos puesto a pensar si se haría o no.

1.7 MATRIZ FODA DE LA ENTREVISTA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>1. Poca competencia por servicio incompleto.</p> <p>2. Tasa de la natalidad y mortalidad alta.</p> <p>3. Incremento de asegurados al IESS, ISPOL ISFA y otros.</p>	<p>1. Servicios brindados por otras organizaciones sin fines de lucro.</p> <p>2. Competencia por servicios completos de otras Ciudades.</p> <p>3. Extractos sociales de bajos recursos económicos.</p>
FORTALEZAS	FO	FA
<p>1. Servicio a brindar en el centro de la Ciudad.</p> <p>2. Paquetes a ofrecer al alcance de todos.</p> <p>3. Servicio a brindar completo y diverso.</p>	<p>Aprovechando los servicios que brinda se debe realizar alianzas estratégicas con aseguradoras y realizar una promoción en los medios locales.</p> <p><i>Estrategias Maxi-Maxi</i></p>	<p>Para personas de bajo recursos económicos es eminente que se le dé con facilidades de pago y el precio menor o igual a otras Ciudades.</p> <p><i>Estrategias Maxi-Mini</i></p>
DEBILIDADES	DO	DA
<p>1. Limitaciones en caso de muchas personas soliciten a la vez este servicio.</p> <p>2. No existe en el mercado laboral tecnólogos en esta rama como existen en otras ciudades.</p> <p>3. Poca experiencia al iniciar el negocio.</p>	<p>Es urgente la capacitación para brindar un servicio completo, y realizar cronogramas de atención.</p> <p><i>Estrategias Mini-Maxi</i></p>	<p>Brindar un servicio de calidad a precios justos y con un valor agregado, para atraer a nuevos clientes.</p> <p><i>Estrategias Mini-Mini</i></p>

La matriz ayuda a identificar alternativas estratégicas que aborden las siguientes preguntas adicionales:

- **Fortalezas y Oportunidades (FO)** - ¿Cómo puede utilizar sus puntos fuertes para aprovechar las oportunidades?
- **Fortalezas y Amenazas (FA)** - ¿Cómo se puede aprovechar sus fortalezas para evitar las amenazas reales y potenciales?
- **Debilidades y oportunidades (DO)** - ¿Cómo puede usted utilizar sus oportunidades para superar las deficiencias que están experimentando?
- **Debilidades y Amenazas (DA)** - ¿Cómo se puede minimizar sus debilidades y evitar las amenazas?

Uso de la Herramienta

1.8 MATRIZ FODA DEL DIAGNOSTICO

	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No existe una funeraria que de servicios funerarios completos. 2. Hay una demanda potencial a satisfacer muy buena debido a que no hay mucha competencia. 3. Poca difusión y explotación en este tipo de negocio. 4. Tasa de la natalidad y mortalidad alta. 5. Incremento de asegurados al IESS, ISPOL ISFA y otros. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios brindados por otras organizaciones sin fines de lucro. 2. Competencia por servicios completos de otras Ciudades. 3. Extractos sociales con desconocimiento total de estos servicios.
<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El cliente prefiere la diversidad de los servicios, y es precisamente lo que brindará este proyecto. 2. Servicio a brindar en el centro de la Ciudad. 3. Paquetes a ofrecer al alcance de todos. 	<p style="text-align: center;">FO</p> <p>Se debe realizar promoción publicitaria en las emisoras y prensa de la Provincia de Imbabura poniendo en conocimiento los paquetes y beneficios que tiene este Proyecto.</p> <p style="text-align: center;"><i>Estrategias Maxi-Maxi</i></p>	<p style="text-align: center;">FA</p> <p>Para ganar a la competencia se hará un servicio personalizado de calidad con un valor agregado y a precios justos.</p> <p style="text-align: center;"><i>Estrategias Maxi-Mini</i></p>

<p>4. Servicio a brindar completo y diverso.</p> <p>5. Confianza de los posibles clientes en los servicios que se brindarán.</p>	<p style="text-align: center;">FO</p> <p>Aprovechando los servicios que brinda se debe realizar alianzas estratégicas con aseguradoras y realizar una promoción en los medios locales.</p>	<p style="text-align: center;">FA</p> <p>Para personas de bajo recursos económicos es eminente que se le dé con facilidades de pago y el precio menor o igual a otras Ciudades.</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>1. Desconocimiento de los servicios funerarios de la ciudadanía en general.</p> <p>2. Falta de espacios físicos por la capacidad del proyecto.</p> <p>3. Falta de experiencia al iniciar el negocio.</p> <p>1. Limitaciones en caso de muchas personas soliciten a la vez este servicio.</p> <p>2. No existe en el mercado laboral tecnólogos en esta rama como existen en otras ciudades.</p> <p>3. Poca experiencia al iniciar el negocio</p>	<p style="text-align: center;">DO</p> <p>La atención será rápida y durante las 24 horas del día, un cliente satisfecho es la mejor propaganda.</p> <p style="text-align: center;"><i>Estrategias Mini-Maxi</i></p> <p>Es urgente la capacitación para brindar un servicio completo, y realizar cronogramas de atención.</p>	<p style="text-align: center;">DA</p> <p>La atención se la realizará en orden de llegada sin importar su condición económica o cultura, por ende se tratara de ser equitativos por la falta de espacios.</p> <p style="text-align: center;"><i>Estrategias Mini-Mini</i></p> <p>Brindar un servicio de calidad a precios justos y con un valor agregado, para atraer a nuevos clientes.</p>

1.9 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO DE CAUSAS Y EFECTOS.

Dentro de las posibles causas para la determinación de este problema está la falta de existencia de una empresa de servicios exequiales integrales, la cual se encargue de realizar todos los trámites y dar las asistencias necesarias para la cristiana sepultura de un ser humano, debido a que en la localidad solo existen salas de velaciones las cuales solo prestan el servicio de velación y cada cliente debe encargarse de realizar las demás diligencias y contratación de servicios adicionales.

Los efectos que conlleva esta problemática es la resistencia de la gente de la localidad a cambiar sus tradiciones y costumbres a la hora de realizar la inhumación de un ser humano, dando como resultado el desconocimiento de la gran variedad de servicios exequiales existentes en la actualidad y que se realizan en nuestra sociedad.

Obteniendo argumentos valederos a través del análisis de las variables e indicadores referentes al proyecto, se puede plantear con sustentos la problemática existente en el Cantón Otavalo, la cual consiste en la inexistencia de una empresa de servicios exequiales integrales debido un desconocimiento global por parte de los clientes y de las pocas salas de velación que existen en la localidad acerca de este tipo de negocios.

Con la finalidad de brindar una solución a la problemática mencionada se ve la necesidad de “Crear una Empresa de Servicios Exequiales en el Cantón Otavalo”.

CAPÍTULO 2

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.

2.1. SERVICIOS.

2.1.1. Definición.

Según el enlace www.promonegocios.net dice "Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes"

2.2. Servicios Exequiales

La muerte forma parte del hecho de vivir.

En algún momento de nuestra vida debemos enfrentarnos al hecho del fallecimiento de un ser querido.

Indiscutiblemente el primer efecto y el más importante es el emocional pero no podemos olvidar que el fallecimiento de una persona conlleva una serie de consecuencias que afectan al ámbito económico, social y jurídico.

Múltiples son las posibilidades de actuación a lo largo del tiempo que transcurre desde el fallecimiento de una persona hasta que se ultiman los actos del sepelio, e incluso actos posteriores a éste, pero también relacionados con el fallecimiento.

2.2.1 ÉTICA Y COSTUMBRES DEL FUNERAL

Las costumbres funerarias han cambiado a través de los años. Algunas cosas simplemente no se cuestionan, pero los orígenes de muchas costumbres son más por razones prácticas que por religiosas. Otras simplemente se han ido amoldando a las necesidades de la sociedad. Algo tan sencillo como la cantidad de misas que se celebran, de un Novenario de misas a una única misa, la velocidad de la carroza que va rumbo al panteón, el vestir de negro, el embalsamamiento, entre otras cosas.

El ir a un funeral, ya sea para velar a un ser querido o acompañar a alguna amistad en señal de solidaridad y cariño, no es fácil, mucho menos si existe un lazo personal con los dolientes o el fallecido. Al no ser esta experiencia un evento “normal” o al que uno se acostumbra, no existe un manual o regla para qué hacer durante un funeral.

La actuación de la empresa funeraria, en sentido de gestora de los actos y trámites derivados del fallecimiento, puede abarcar todos ellos o sólo algunos, en función de si el ámbito de su actividad es mayor o menor, y de las decisiones y preferencias de los usuarios.

Dentro del amplio abanico de servicios que pueden ofrecerse, hay algunos cuya prestación resulta obligatoria, por ser imprescindibles para llegar al destino final del cadáver.

Estas actuaciones obligatorias son básicamente:

- OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO MÉDICO DE DEFUNCIÓN
- INSCRIPCIÓN DE LA DEFUNCIÓN EN EL REGISTRO CIVIL.
- OBTENCIÓN DE LA LICENCIA PARA DAR SEPULTURA.
- EL SUMINISTRO DEL FÉRETRO.
- PREPARACIÓN DEL CADAVER

- CONDUCCIÓN O TRASLADO DEL CADAVER HASTA EL CEMENTERIO O CREMATORIO.
- SU INHUMACIÓN O CREMACIÓN.

De todas las actuaciones obligatorias, sólo pueden realizar los usuarios las relativas al certificado médico de defunción, la inscripción en el Registro Civil y obtención de la licencia para dar sepultura; y en algunas comunidades autónomas, la obtención de las autorizaciones de traslado.

El resto de actuaciones serán siempre realizadas por empresas funerarias, a excepción de las autopsias y preparaciones sanitarias, que sólo pueden realizarlas los forenses o médicos tanatólogos, limitándose la empresa funeraria a gestionarlas, salvo las autopsias judiciales, cuya decisión y orden de realización corresponde exclusivamente al Juzgado que instruya el asunto.

2.2.2 ¿Por qué van tan despacio las carrozas?

La respuesta es muy sencilla, sin embargo comparto algunos antecedentes para entender de donde viene. El origen de las procesiones proviene desde las civilizaciones más antiguas y el origen de prácticamente cualquier disposición de un ser humano. Al momento que una persona cesa de vivir, comienza su descomposición y se vuelve más un motivo de higiene que cualquier otra cosa. Esta necesidad de llevar a los cuerpos lejos de la civilización da origen a los panteones y el por qué se encuentran en las afueras de la ciudad. Era para que los olores fétidos no molestaran a la población.

Para poder trasladar los cuerpos a las afueras, inicialmente se cargaba en hombros y de noche por superstición de que el espíritu no se apoderara del alma de los vivos. Con el tiempo, se utilizó algún animal (caballo, mula, burro) para cargar el cuerpo, y después añadieron una carreta para colocar el cuerpo. Conforme avanzaba la civilización, decidieron hacer algo más elaborado y crearon las primeras carrozas con antorchas

encima. Poco después la superstición se levantó y siguieron con esta procesión durante el día. Debido a que las carrozas eran fabricadas de madera, resultaba un riesgo tener las antorchas encima y por ende se colocaron unas plumas como un simbolismo de las antorchas.

Entonces he aquí la respuesta al enigma de la velocidad de las carrozas: era para que no se apagarán las antorchas con el aire. Pasando los años se fueron fabricando carrozas metálicas, y después motorizadas, hasta llegar a lo que ahora conocemos de carrozas en el mundo.

La palabra “Funeral” tiene sus raíces griegas de “Funeralis” o “procesión de antorcha”.

El maquillaje mortuario se remonta a muchos años atrás y se relaciona con una gran variedad de costumbres y rituales funerarios. Desde entonces y hasta nuestros días, las técnicas de maquillaje han evolucionado notablemente gracias a los grandes profesionales que han dedicado su tiempo y esfuerzo al arte del maquillaje. La intención de este manual es aprender y utilizar sus técnicas para aplicarlas en la preparación estética de fallecidos.

2.3 FUNDAMENTOS DE LA MERCADOTECNIA.

2.3.1. Concepto de Mercadotecnia.

Es la ciencia que se encarga de satisfacer necesidades, mediante la puesta en práctica de aquellos elementos que conforman la esencia del mismo o sea: el espacio que existe entre productores y consumidores, es el espacio propio del MKT.

Según el enlace www.tradeon.com dice: “Por lo tanto podemos decir que una de las funciones más importantes del MKT es la DISTRIBUCIÓN, también llamada COMERCIALIZACIÓN, pero la parte más importante del MKT es la PREDICCIÓN.

2.3.2. Mezcla de la Mercadotecnia.

Según el enlace www.promonegocios.net dice “Es un conjunto de variables o herramientas controlables que se combinan para lograr un determinado resultado en el mercado meta, como influir positivamente en la demanda, generar ventas, entre otros”.

A mediados de la década de los '60, el Dr. Jerome McCarthy (premio Trailblazer de la American Marketing Association) introdujo el concepto de las **4 P's**, que hoy por hoy, se constituye en la clasificación más utilizada para estructurar las **herramientas o variables de la mezcla de mercadotecnia**.

Las **4 P's** consisten en: **P**roducto, **P**recio, **P**laza (distribución) y **P**romoción.

- **Producto:** Es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta. Un producto puede ser un bien tangible (p. ej.: un auto), intangible (p. ej.: un servicio de limpieza a domicilio), una idea (p. ej.: la propuesta de un partido político), una persona (p. ej.: un candidato a presidente) o un lugar (p. ej.: una reserva forestal).

El "producto", tiene a su vez, su propia **mezcla** o mix de variables

<i>Variedad</i>
<i>Calidad</i>
<i>Diseño</i>
<i>Características</i>
<i>Marca</i>
<i>Envase</i>
<i>Servicios</i>
<i>Garantías</i>

- **Precio:** Se entiende como la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio. El precio representa la única variable de la mezcla de mercadotecnia que genera ingresos para la empresa, el resto de las variables generan egresos. Sus variables son las siguientes [1]:

<i>Precio de lista</i>
<i>Descuentos</i>
<i>Complementos</i>
<i>Periodo de pago</i>
<i>Condiciones de crédito</i>

- **Plaza:** También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes [1]:

<i>Canales</i>
<i>Cobertura</i>
<i>Surtido</i>
<i>Ubicaciones</i>
<i>Inventario</i>
Transporte
Logística

- **Promoción:** Abarca una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto. Sus variables son las siguientes [1]:

<i>Publicidad</i>
<i>Venta Personal</i>
<i>Promoción de Ventas</i>
<i>Relaciones Públicas</i>
<i>Tele mercadeo</i>
Propaganda

2.4 Administración de marketing

Es el proceso de planear y ejecutar la concepción, precio, promoción, y distribución de las ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y de las organizaciones.

2.4.1 Producto u oferta

Un producto es cualquier ofrecimiento que puede satisfacer una necesidad o un deseo.

2.5 Mercado

Según Fernández (2002) Puede definirse como el conjunto de consumidores y los compradores que ejercen una demanda específica sobre un producto o tipo de producto, y se clasifican como:

2.5.1 Mercado disponible

Son todos aquellos consumidores que tienen una necesidad específica y cuentan con las características necesarias para consumir un producto.

- **Mercado real**

Son todos aquellos consumidores del mercado disponible que compran un producto específico.

- **Mercado potencial**

Es el conjunto de consumidores que no forman parte del mercado real, pero en ocasiones sí pueden formar parte del mercado disponible. Estas personas no consumen el producto específico, debido a que no tienen las características del segmento o por que consumen otro producto.

La demanda del mercado

Se puede definir como la cantidad de productos que están dispuestos a adquirir los consumidores en un periodo determinado, bajo condiciones de precio, atención y servicio.

Mercado meta o mercado objetivo

Puede definirse como el conjunto de consumidores pertenecientes al mercado disponible, que pueden formar parte del mercado real y potencial, al cual se dirigen todos los esfuerzos y acciones mercadológicas de la empresa, con la finalidad de que todos ellos se conviertan en consumidores reales del producto.

Segmentación de mercados

Según Fernández (2002) la segmentación de mercados es una de las acciones de mayor importancia en el diseño y desarrollo de actividades comerciales; a través de ella es posible identificar las características de nuestros clientes y comprender su comportamiento de compra.

La segmentación de mercados es una herramienta de la mercadotecnia que requiere del apoyo de disciplinas como la estadística, la psicología, la sociología, y la geografía entre otras, y es a partir de una serie de variables que la segmentación determina las características que hacen único a un grupo de mercado.

Puede definirse como la división de un universo heterogéneo en grupos con al menos una característica homogénea.

La segmentación de mercados es una actividad que brinda certeza al mercadólogo en el desarrollo de sus actividades, en forma particular brinda algunas ventajas como:

- Certidumbre en el tamaño del mercado. Al conocer el grupo, podrá calcularse en casi todos los casos el tamaño del mercado, es decir, el número aproximado de personas que conforman el mercado disponible, o sea, el número aproximado de personas que pueden comprar nuestro producto.
- Claridad al establecer planes de acción. Al conocer a los integrantes del mercado meta se tendrá claridad en los planes de acción a desarrollar.
- Identificación de los consumidores integrales del mercado. Conocer a nuestros consumidores nos dará certeza en las decisiones de mercado que se tomen.
- Reconocimiento de actividades y deseos del consumidor. Las costumbres de los consumidores nos sirven para saber cómo satisfacer sus necesidades de una forma oportuna.
- Simplificación en la estructura de marcas. Es posible evitar una gran variedad de marcas no productivas al conocer a nuestro mercado.
- Facilidad para la realización de actividades promocionales. Las actividades promocionales estarán dirigidas únicamente al grupo de interés, de modo tal que se cuidarán los recursos de la empresa y se tendrán resultados más efectivos.
- Simplicidad para planear. La planeación se simplifica al conceptualizar las actividades para un grupo específico del mercado.

2.6. FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN.

2.6.1. Concepto de Administración.

Según el enlace www.infomipyme.com dice: La administración es un proceso consistente en la distribución y asignación correcta de

recursos de la empresa para poder alcanzar eficientemente los objetivos establecidos por medio de las actividades de Plantación, Organización, Dirección, Control.

2.6.2. Proceso Administrativo.

Según el enlace www.uas.mx/cursoswebct/presupuestos dice: Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar metas establecidas por la organización.

2.6.3. Etapas del Proceso Administrativo.

- **Planificación.-** Es el proceso de desarrollar objetivos empresariales y elegir un futuro de acción para lograrlos. Comprende:
 - a) Establecer los objetivos de la empresa,
 - b) Desarrollar premisas acerca del medio ambiente en la cual han de cumplirse
 - c) Elegir un curso de acción para alcanzar los objetivos
 - d) Iniciar las actividades necesarias para traducir los planes en acciones
 - e) Replantear sobre la marcha para corregir deficiencias existentes.

- **Organización.-** es el proceso mediante el cual los empleados y sus labores se relacionan unos con los otros para cumplir los objetivos de la empresa. Consiste en dividir el trabajo entre grupos e individuos y coordinar las actividades individuales del grupo. Organizar implica también establecer autoridad directiva. Comprende:

- a) División del Trabajo: Separación y delimitación de las actividades, con el fin de realizar una función con la mayor precisión, eficiencia y el mínimo esfuerzo.
- b) Jerarquización: Es la disposición de las funciones de una organización por orden de rango, grado o importancia.
- c) Departamentalización: Es la división y el agrupamiento de las funciones y actividades específicas, con base en su similitud.

➤ **Dirección.-** Es la ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social a través, de la motivación, comunicación y supervisión. Comprende:

- a) Toma de Decisiones: Es la elección del curso de acción entre varias alternativas.
- b) Integración: Con ella el administrador elige y se allega, de los recursos necesarios para poner en marcha las decisiones previamente establecidas para ejecutar los planes.
- c) Motivación: Por medio de ella se logra la ejecución de trabajos tendiente a la obtención de objetivos.
- d) Comunicación: Proceso a través del cual se transmite y recibe información en un grupo social.
- e) Supervisión: Checar que las cosas se estén dando de una manera correcta.

➤ **Control.-** Es el proceso de asegurar el desempeño eficiente para alcanzar los objetivos de la empresa. Implica:

- a) Establecer metas y normas
- b) Comparar el desempeño medido contra las metas y normas establecidas
- c) Reforzar los aciertos y corregir las fallas

2.7. FUNDAMENTOS DE LA CONTABILIDAD.

2.7.1. Concepto de Contabilidad.

Según el enlace www.geocities.com dice: La Contabilidad es una ciencia que trata del estudio, interpretación y solución a los problemas que se presentan en las empresas originadas por su actividad económica. También se puede decir que Contabilidad es la ciencia que tiene por función el estudio, la coordinación, la clasificación, el registro y la interpretación de las situaciones económicas que se presentan en las empresas, originadas por los diferentes cambios de su patrimonio.

2.7.2. Importancia de la Contabilidad.

La Contabilidad es de suma importancia en el mundo de los negocios, ya que sirve como termómetro para medir la mala o la buena gestión que se haya realizado en la empresa, la misma que se refleja, al finalizar el ejercicio económico, mediante el resultado que se haya obtenido.

La Contabilidad como ciencia, nace en 1494 en Génova-Italia, cuando Lucas Pacciolo publica su obra titulada "La Teoría Matemática de la Partida Doble en Sumas Aritméticas y Geométricas", y enuncia por primera vez el principio fundamental de la Contabilidad y de la Partida Doble, cuando dice: " No hay Deudor sin Acreedor, ni Acreedor sin Deudor".

2.7.3. Clasificación de la Contabilidad.

La Contabilidad se clasifica en dos grandes grupos:

- **CONTABILIDAD PRIVADA.-** Es aquella que tiene por objeto el registro y control de las operaciones que realizan las empresas de propiedad particular. Las empresas privadas a su vez pueden ser de Personas Naturales y de Personas Jurídicas.

Las empresas de personas naturales, son aquellas cuya propiedad depende de una sola persona.

Las Empresas de personas jurídicas, son aquellas cuya propiedad depende de dos o más personas.

La Contabilidad Privada, se sub-divide en:

- a) **Contabilidad Comercial.-** Es aquella que controla las operaciones que realizan las empresas dedicadas a la compra-venta de un producto o artículo determinado.
 - b) **Contabilidad Industrial o de Costos.-** Es la que controla las operaciones de las empresas dedicadas a la transformación de la materia prima en productos elaborados.
 - c) **Contabilidad de Empresas Extractivas.-** Es aquella que tiene por objeto el control de las operaciones realizadas por las empresas que explotan algún bien existente en la naturaleza para realizar su actividad económica.
 - d) **Contabilidad de Servicios.-** Es aquella cuyo objeto es el control de las operaciones de las empresas dedicadas a la prestación de servicios.
 - e) **Contabilidad Bancaria o de Seguros.-** Es la que controla las operaciones realizadas por las entidades bancarias o las entidades aseguradoras, mediante la prestación de sus servicios.
- **CONTABILIDAD PÚBLICA.-** Esta Contabilidad tiene como objetivo el control y registración de las operaciones efectuadas por las entidades del sector público nacional.

La Contabilidad Pública, llamada también Gubernamental se basa en un plan de cuentas especial que sirve para controlar las operaciones realizadas por las entidades estatales mediante la utilización del Presupuesto de Ingresos y Egresos dados por el Gobierno Central.

La Contabilidad puede tener una tercera clasificación, que se conoce como **Contabilidad Mixta**, que controla las operaciones de las empresas para-estatales, o sea aquella que tiene una parte de su capital privado y la otra parte del capital del Estado.

2.7.4. Principios Generales de la Contabilidad.

Los Principios Generales en los que se basa la Contabilidad son:

1. **Equidad.-** Es el principio que debe aplicar el Contador en todo momento, y es la igualdad en el trato a todos los que intervienen en la operación.
2. **Partida doble.-** Es la ecuación contable que se aplica con la intervención del deudor y del acreedor.
3. **Ente.-** Viene a constituir la empresa, donde los propietarios son considerados como terceros.
4. **Bienes económicos.-** Son los bienes materiales e inmateriales que poseen valor económico.
5. **Moneda común denominador.-** Es la representación monetaria del País.
6. **Empresa en marcha.-** Es cuando la empresa es reconocida para su funcionamiento.
7. **Valuación al costo.-** Es el precio de compra o de producción de los bienes.
8. **Periodo.-** Es el lapso de tiempo en que se mide la gestión económica, por lo general es de un año.
9. **Objetividad.-** Los cambios de los Activos o Pasivos se deben medir objetivamente y en moneda nacional.
10. **Realización.-** El registro debe ser efectuado a la realización de la operación.
11. **Prudencia.-** Es cuando se debe elegir entre dos valores, se debe tomar en cuenta el más bajo.

12. Uniformidad.- Los principios optados deben ser los mismos de un período a otro.

13. Importancia relativa.- Se debe actuar con sentido práctico, aplicando el mejor criterio.

14. Exposición.- Los Estados Financieros deben contener toda la información necesaria para la toma de decisiones.

2.7.5. La Partida Doble.

Es el sistema o parte del conocimiento del que se vale la Contabilidad para registrar las operaciones que se originan en el comercio o la producción.

Se llama Partida Doble, porque sus principios demuestran que en toda operación debe existir por lo menos un acreedor y un deudor. En otros términos se puede decir que la suma de los Cargos debe ser igual a la suma de los Abonos.

La relación matemática de equivalencia de la Partida Doble se representa por medio de las cuentas de valores o bienes, donde ACTIVO menos PASIVO es igual a CAPITAL.

El Activo, son todos los bienes y valores que son de propiedad de la empresa.

El Pasivo, viene a constituir todas las deudas u obligaciones de la empresa a favor de terceros.

El Capital, viene a ser la diferencia entre el Activo y el Pasivo, o sea lo que le queda a la empresa para seguir realizando sus operaciones, después de pagar las deudas.

2.7.6. Principios Fundamentales de la Partida Doble.

La Partida Doble tiene principios fundamentales que deben ser tomados en cuenta en cada operación que realiza la empresa, y estos son:

1. No hay deudor sin acreedor, ni acreedor sin deudor.
2. La persona o cuenta que recibe, debe a la persona o cuenta que entrega.
3. Todo lo que entra debe a todo lo que sale.
4. Toda entrada debe ser equivalente a la salida.
5. Todas las cosas deben salir con la misma denominación con que entraron.
6. Las pérdidas son siempre deudoras y las ganancias acreedoras.

2.7.7. Plan de Cuentas.

Este Plan Contable, considera la utilización de cinco grupos de cuentas que participan en la registración contable de las operaciones efectuadas por cualquier tipo de empresa. Y se clasifica en la siguiente forma:

- 1. Cuentas de Balance.-** Clase 1 a 5. Son aquellas que intervienen en la confección del Inventario General y del Balance General de la empresa. Estas cuentas representan los Activos, los Pasivos y el Patrimonio que tiene la empresa en el proceso económico de sus operaciones.

Se llaman Cuentas de Balance porque representan las variaciones que existen dentro de un ejercicio económico de los bienes y valores que posee la empresa que son los Activos, y las obligaciones a favor de terceras personas que son los Pasivos, contando además con el Patrimonio, Reservas y Resultados Acumulados.

Las Cuentas de Balance, se clasifican en:

Clase 1 y Clase 2.- Activo Corriente.

Clase 3.- Activo No Corriente.

Clase 4.- Pasivo Corriente y No Corriente.

Clase 5.- Patrimonio, Reservas, Excedentes Acumulados.

- 2. Cuentas de Gestión.-** Clase 6 a 7. Son aquellas que controlan los Ingresos y los Egresos de la empresa durante su ejercicio, estas cuentas dan origen a las pérdidas y ganancias, cuya transferencia se efectúa al término del ejercicio.

Las Cuentas de Gestión se clasifican en:

Clase 6.- Cargas por Naturaleza. (Egresos).

Clase 7.- Ingresos por Naturaleza.

- 3. Cuentas de Resultados.-** Clase 8. Son aquellas que representan las pérdidas y las ganancias que ha obtenido la empresa al término de su ejercicio económico.

Las Cuentas de Resultados se originan de la transferencia que se realiza al finalizar el ejercicio de las Cuentas de las Clases 6 y 7. La diferencia mayor entre estas clases da origen a la Pérdida o Ganancia final de la empresa.

Las Cuentas de Resultados se clasifican en:

Clase 8.- Ganancias y Pérdidas.

- 4. Cuentas Analíticas de Explotación.-** Clase 9. Son aquellas que controlan las operaciones originadas principalmente en la transformación que efectúa la empresa de materias primas en productos elaborados, y aquellos que sirven para el desarrollo de su actividad.

Se llama Cuentas Analíticas de Explotación, porque su objetivo es el control permanente de todos los costos que la empresa emplea en su actividad económica.

Las Cuentas Analíticas de Explotación se clasifican en:

Clase 9.- Cuentas Analíticas de Explotación.

5. Cuentas de Orden.- Clase 0. Son aquellas que la empresa utiliza para registrar operaciones que no pertenecen a la misma empresa, o que perteneciendo a la empresa no representa variación en sus resultados.

Las Cuentas de Orden principalmente registran operaciones por encargo que no determina ni pérdida ni ganancia para la empresa, obteniendo a cambio de ellas un porcentaje sobre las operaciones efectuadas.

Las Cuentas de Orden se clasifican en:

Clase 0.- Cuentas de Orden.

2.8. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.

2.8.1. Definición de Estudio de Factibilidad.

Según el enlace www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad dice: El estudio de factibilidad, es una de las primeras etapas del desarrollo de un sistema informático.

El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades.

Los tipos de factibilidades básicamente son:

1.- Factibilidad Operacional.

Según el enlace www.geocities.com dice: Esta factibilidad comprende una determinación de la probabilidad de que un nuevo sistema se use como

se supone. Deberían considerarse cuatro aspectos de la factibilidad operacional por lo menos. Primero, un nuevo sistema puede ser demasiado complejo para los usuarios de la organización o los operadores del sistema. Si lo es, los usuarios pueden ignorar el sistema o bien usarlo en tal forma que cause errores o fallas en el sistema.

Segundo, un sistema puede hacer que los usuarios se resistan a él como consecuencia de una técnica de trabajo, miedo a ser desplazados, intereses en el sistema antiguo u otras razones. Para cada alternativa debe explorarse con cuidado la posibilidad de resistirse al cambio al nuevo sistema. Tercero, un nuevo sistema puede introducir cambios demasiado rápido para permitir al personal adaptarse a él y aceptarlo. Un cambio repentino que se ha anunciado, explicado y “vendido” a los usuarios con anterioridad puede crear resistencia. Sin importar qué tan atractivo pueda ser un sistema en su aspecto económico si la factibilidad operacional indica que tal vez los usuarios no aceptarán el sistema o que uso resultará en muchos errores o en una baja en la moral, el sistema no debe implantarse.

Una última consideración es la probabilidad de la obsolescencia subsecuente en el sistema. La tecnología que ha sido anunciada pero que aún no está disponible puede ser preferible a la tecnología que se encuentra en una o más de las alternativas que se están comparando, o cambios anticipados en las prácticas o políticas administrativas pueden hacerse que un nuevo sistema sea obsoleto muy pronto. En cualquier caso, la implantación de la alternativa en consideración se convierte en impráctica.

Un resultado frecuente de hallazgos negativos acerca de la factibilidad operacional de un sistema es que éste no se elimina sino que se simplifica para mejorar su uso.

Otras posibilidades son que los programas de relaciones públicas o de entrenamiento estén diseñados para enfocarse a sobreponerse a la

resistencia a un nuevo sistema, o se desarrollan formas para hacer fases en el nuevo sistema en un largo periodo para que el cambio total, que traumatizaría a los usuarios u operadores, se convierta en una serie de pequeños cambios.

2.- Factibilidad Técnica.

Según el enlace www.geocities.com dice El análisis de factibilidad técnica evalúa si el equipo y software están disponibles (o, en el caso del software, si puede desarrollarse) y si tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se esté considerando. Los estudios de factibilidad técnica también consideran las interfaces entre los sistemas actuales y nuevos.

Por ejemplo, los componentes que tienen diferentes especificaciones de circuito no pueden interconectarse, y los programas de software no pueden pasar datos a otros programas si tienen diferentes formatos en los datos o sistemas de codificación; tales componentes y programas no son compatibles técnicamente. Sin embargo, puede hacerse una interface entre los sistemas no compatibles mediante la emulación, la cual son circuitos diseñados para hacer que los componentes sean compatibles, o por medio de la simulación, que es un programa de cómputo que establece compatibilidad, pero con frecuencia estas formas de factibilidad técnica no están disponibles o son demasiado costosas.

Los estudios de factibilidad técnica también consideran si la organización tiene el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto. Si el personal no tiene esta experiencia, puede entrenarse o pueden emplearse nuevos o consultores que la tengan. Sin embargo, una falta de experiencia técnica dentro de la organización puede llevar al rechazo de una alternativa particular.

3.- Factibilidad Económica.

Según el enlace www.geocities.com dice Los estudios de factibilidad económica incluyen análisis de costos y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto. Con análisis de costos/beneficio, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se hace una comparación de ellos. Primero se comparan los costos esperados de cada alternativa con los beneficios esperados para asegurarse que los beneficios excedan a los costos. Después la proporción costo/beneficio de cada alternativa se compara con las proporcionan costo/beneficio de las otras alternativas para identificar la alternativa que sea más atractiva e su aspecto económico. Una tercera comparación, por lo general implícita, se relaciona con las formas en que la organización podría gastar su dinero de modo que no fuera en un proyecto de sistemas.

Los costos de implementación incluyen comúnmente el costo remanente de la investigación de sistemas (ara este propósito, los costos en los que ya se ha incurrido no son relevantes), los costos de hardware y software, los costos de operación del sistema para su vida útil esperada, y los costos de mano de obra, material, energía, reparaciones y mantenimiento. A través del análisis de costo/beneficio, la organización debe apoyarse en los conceptos tradicionales de análisis financiero y las herramientas como teoría del valor presente, análisis de costos diferenciales y análisis de flujos descontados.

Algunos costos y beneficios pueden cuantificarse fácilmente. Los beneficios que pueden cuantificarse con facilidad son de dos tipos generales: Ahorros en costos, tales como una disminución en costos de operación y aumentos en las utilidades directas. Como un ejemplo de lo

último, un cliente podría haber contratado la suministración de pedidos de una cantidad conocida si la organización implanta un sistema que proporcione al cliente información continua acerca del estado de la producción en proceso de los embarques planeados de mercancía, de tal forma que a los clientes de dicho cliente pueda dárseles estimaciones exactas de cuándo estará disponible la mercancía.

Un problema importante con el análisis de costos/beneficio es la atención inadecuada de costos y beneficios intangibles. Éstos son aspectos de las alternativas de los nuevos sistemas que sí afectan los costos y utilidades y deberían evaluarse pero que los afectan en formas que no pueden cuantificarse fácilmente. Los factores intangibles con frecuencia están relacionados a la calidad de la información proporcionada por el sistema y a veces a formas sutiles en que esta información afecta a la empresa, tal como alternando las actitudes para que la información sea vista como un recurso.

Con frecuencia los diseñadores de sistemas no están a gusto basando sus recomendaciones en intangibles "vagos" que deben estimarse en forma contraria a lo que se llama "hechos Duros" de costos y beneficios fácilmente cuantificables; prefieren justificar sus recomendaciones con datos determinados objetivamente.

Cuando se da mayor importancia a los costos y beneficios cuantificables que a los costos y beneficios intangibles, quizá haya una desviación contra el nuevo sistema porque la mayoría de los costos pueden cuantificarse de manera fácil, mientras muchos de los beneficios más importantes pueden ser intangibles y por lo tanto no se consideran correctamente.

Dos beneficios intangibles son el servicio a clientes y mejor información administrativa. Por ejemplo, los clientes pueden recibir información

puntual y exacta acerca de los envíos, estados y otros informes más exactos, y nuevos servicios. Los cajeros electrónicos en los bancos que permiten a los clientes realizar operaciones 24 horas al día y que pueden resultar en un mayor número de clientes y utilidades para el banco, son un ejemplo de un servicio al cliente. Además, un nuevo sistema puede proporcionar una mejor imagen de la organización a sus clientes, vendedores, y empleados, que ayuda a atraer más clientes a que ayuda a retener a los empleados.

Los beneficios intangibles importantes pueden ser adquiridos de un nuevo sistema de información. Es cierto que el principal ímpetu al desarrollar un nuevo sistema puede ser la expectativa de información más exacta y a tiempo, un mejor formato de los informes, o informes que estén más enfocados a áreas particulares de problemas.

Por ejemplo, los informes pueden recibirse más pronto después del cierre del periodo, o el nuevo sistema puede hacer que la información esté disponible con base en preguntas durante todo el tiempo. Además en muchos casos el nuevo sistema proporciona información que antes no estaba disponible, como información de los costos estándares o incrementos en los costos.

También puede haber menos beneficios intangibles obvios. Un nuevo sistema puede proporcionar mejor control sobre las operaciones de la organización, o puede ser que la auditoría sea más rápida o a un costo menor. Un beneficio intangible final es que la experiencia obtenida de la investigación de sistemas y del uso de un sistema de información más avanzado a menudo coloca a la organización en una mejor posición para tomar ventajas de desarrollos futuros en tecnología de computación y sistemas de información. Por ejemplo, es posible que la experiencia obtenida del desarrollo de una base de datos de personal tenga mucho valor si la organización decide implantar una base de datos financiera; no sólo estará afectando positivamente el diseño de la base de datos

financiera, sino que también existirá una reducción en los costos de su desarrollo, que es un ahorro en costos hacia el siguiente proyecto de sistemas que debería considerarse como un beneficio proporcional por el proyecto actual.

La mayoría de los costos y beneficios intangibles de una alternativa afectan en forma indirecta las utilidades, pero esto es difícil de medir. La siguiente es una forma de cuantificar los costos y beneficios intangibles:

1. Identificar las causas y efectos directos. Por ejemplo, el efecto directo de computarizar tareas repetitivas puede ser que un nuevo sistema mejore los trabajos actuales y mejore la moral.
2. Identificar los efectos indirectos. Por ejemplo, una mejor moral puede resultar en cerca de 5% menos ausentismo y un 10% menos en el índice de rotación de empleados.
3. Estimar el impacto económico de los efectos indirectos para la vida estimada del sistema. Por ejemplo, una reducción en los retrasos de la programación y horas extras debidas a la reducción del ausentismo puede ahorrar casi \$2,000 al año, y una reducción en los costos de entrenamiento debidos a una reducción en la rotación de los empleados puede ahorrar hasta \$3,000 al año. El beneficio total (ahorro en costos) debido a una mejora en los empleos sería entonces \$5,000 al año o de \$20,000 para una vida estimada de 4 años del sistema.

Esta forma puede usarse para una gran variedad de costos y beneficios intangibles. Aunque arbitraria y subjetiva, es preferible a ignorar los intangibles. Esta forma puede describirse como “hacer tangibles los intangibles”.

Una forma alternativa es dejar sin cuantificar a los intangibles. Después, los usuarios y diseñadores de sistemas los estudian y llegan a un acuerdo acerca de la importancia relativa de lo cuantificado y de los costos y beneficios intangibles. Sin embargo, con frecuencia los costos y

beneficios intangibles no se analizan completamente, y no se hace ningún intento para llegar a un acuerdo acerca de su importancia.

2.9. EMPRESA.

2.9.1. Definición de Empresa.

Según el enlace www.promonegocios.net dice: "La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio".

2.9.2. Empresas de Servicios.

Según el enlace www.negociosi.com dice: "Son empresas que ofrecen bienes intangibles o servicios y en general obtienen un beneficio mediante el cobro de mano de obra u otros servicios prestados al gobierno, a otras empresas o consumidores. Las organizaciones clasifican en este tipo de empresas las que van desde los decoradores de viviendas, pasando por las empresas de consultoría, restaurantes e incluso los animadores"

2.9.3. Tipos de Empresas.

Según el enlace www.promonegocios.net dice "Los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas [1], son los siguientes:

➤ **Según el Sector de Actividad:**

- **Empresas del Sector Primario:** También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.
- **Empresas del Sector Secundario o Industrial:** Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.
- **Empresas del Sector Terciario o de Servicios:** Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.

➤ **Según el Tamaño:** Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

- **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y

operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.

- **Medianas Empresas:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.
 - **Pequeñas Empresas:** En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.
 - **Microempresas:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.
- **Según la Propiedad del Capital:** Se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En sentido se clasifican en:
- **Empresa Privada:** La propiedad del capital está en manos privadas.

- **Empresa Pública:** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.
 - **Empresa Mixta:** Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.
- **Según el Ámbito de Actividad:** Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social. En este sentido las empresas se clasifican en:
- **Empresas Locales:** Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio.
 - **Empresas Provinciales:** Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país.
 - **Empresas Regionales:** Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones.
 - **Empresas Nacionales:** Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación.
 - **Empresas Multinacionales:** Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.
- **Según el Destino de los Beneficios:** Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

- **Empresas con Ánimo de Lucro:** Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc.
 - **Empresas sin Ánimo de Lucro:** En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.
- **Según la Forma Jurídica:** La legislación de cada país regula las formas jurídicas que pueden adoptar las empresas para el desarrollo de su actividad. La elección de su forma jurídica condicionará la actividad, las obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la empresa. En ese sentido, las empresas se clasifican en términos generales en:
- **Unipersonal:** El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.
 - **Sociedad Colectiva:** En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa.
 - **Cooperativas:** No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.
 - **Comanditarias:** Poseen dos tipos de socios: los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los

comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.

- **Sociedad de Responsabilidad Limitada:** Los socios propietarios de éstas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.
- **Sociedad Anónima:** Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan.

CAPÍTULO 3

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Identificación del producto con análisis cualitativo y cuantitativo

Este producto (Servicio) es utilizado a nivel mundial y ofertado de distintas maneras, ofertan variedad de Servicios y productos a la hora de dar el último adiós al Ser querido honrando así su partida.

En nuestro país podemos encontrar a la prestigiosa empresa Memorial que brinda sus servicios en las principales ciudades del país, Quito, Guayaquil Y Cuenca.

En la provincia de Imbabura exactamente en la ciudad de Ibarra podemos encontrar los servicios que brinda la empresa de Servicios Funerarios la Merced que está ubicada sus instalaciones en el centro de la ciudad.

En cambio en el Cantón de Otavalo lugar donde vamos a ofertar nuestros servicios no se oferta un servicio completo que comprenda los deseos de los seres queridos en su despedida, que es una actitud comprensible y humana porque significa un homenaje póstumo de respeto y admiración.

Después de haber realizado el estudio de Campo mediante encuesta y la observación directa se llegó a determinar que las principales funerarias que existen en el Cantón Otavalo son las siguientes:

Funeraria Unda – Venta de féretros y alquiler de luminarias

Sindicato de Choferes – Alquiler de Sala de Velaciones

Sociedad Artística - Alquiler de Sala de Velaciones

Asociación de Jubilados - Alquiler de Sala de Velaciones

3.2 Mercado Meta

Nuestro Servicio tiene como meta atender a los usuarios que requieran nuestro servicio y estén ubicados en el Cantón Otavalo y sus respectivas Parroquias Rurales. Que comprende una población total de 110.461 habitantes de acuerdo a los datos de los últimos censos, se pretende satisfacer la demanda del sector interno de este Cantón ya que no existe una funeraria que brinde un servicio Integral a la población.

3.3 Segmento del Mercado

- **Segmentación Geográfica:** Los servicios que prestara La empresa de Servicios Exequiales Completos van dirigidos a la población del Cantón Otavalo en la provincia de Imbabura.
- **Segmentación Demográfica:** De todo sexo, ya que para la muerte no hay edad ni distinción de clases sociales razas ni económicas.
- **Segmentación Psicológica:** De toda clase social
- **Segmentación Económica:** Nuestro servicio será entregado a los usuarios de acuerdo a la capacidad de pago y requerimientos de los diferentes productos que ofrecerá nuestros servicios, pero siempre guardarán la calidad y garantía de la empresa.

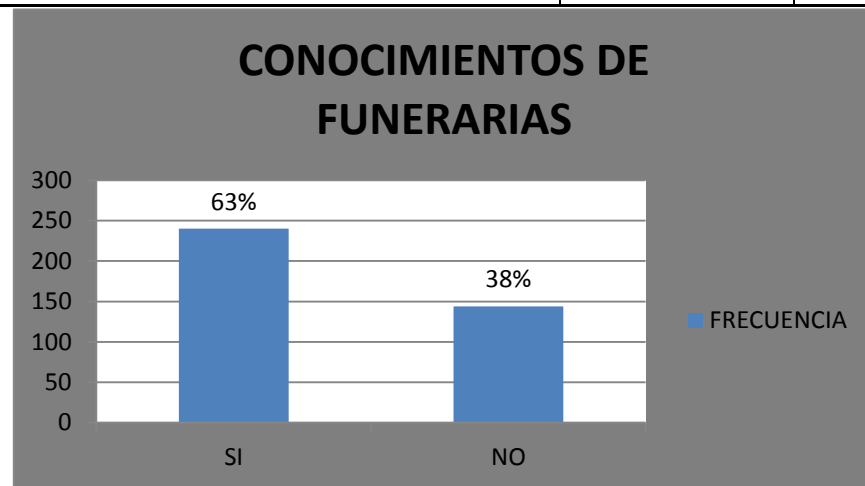
3.4 Procesamiento de Investigación

Levantamos la encuesta a los usuarios del Cantón Otavalo Provincia de Imbabura para obtener la información sobre el Estudio de Factibilidad para la Creación de una empresa de Servicios Funerarios Completos en el Cantón Otavalo, a una muestra de 384 encuestados distribuidos tanto en las Parroquias Urbanas como Rurales y donde obtuvimos los resultados que presentamos a continuación:

3.4.1 ENCUESTA.

Pregunta 3.- Conoce usted establecimientos de Servicios Funerarios en el cantón Otavalo.

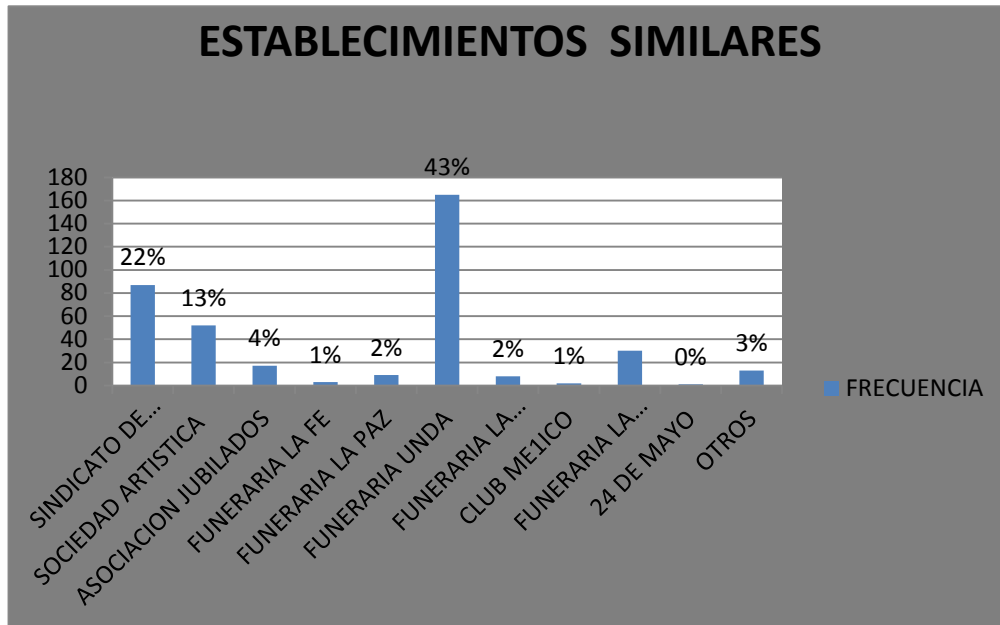
VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	240	63
NO	144	38
total	384	100



Elaborado por: las autoras

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SINDICATO DE CHOFERES	87	22
SOCIEDAD ARTISTICA	52	13
ASOCIACION JUBILADOS	17	4
FUNERARIA LA FE	3	1
FUNERARIA LA PAZ	9	2
FUNERARIA UNDA	162	43
FUNERARIA LA DOLOROSA	8	2
CLUB ME1ICO	2	1
FUNERARIA LA ESPRANZA	30	8

24 DE MAYO	1	0
OTROS	13	3
	384	100

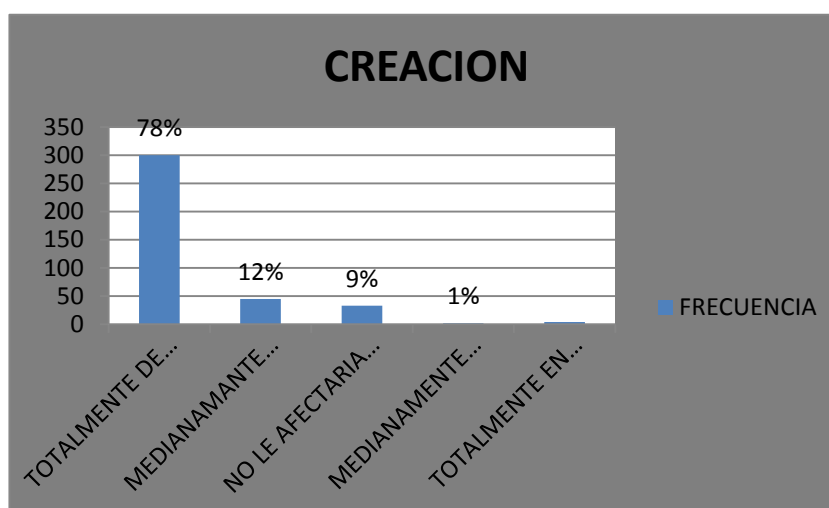


ANÁLISIS:

Se observa que los establecimientos que brindan servicios funerarios son variados y que los encuestados conocen en porcentajes mínimos en su mayoría pero se destacan en un 43% la Funeraria Unda, en una 22 % el Sindicato de Choferes y el 13% la Sociedad Artística.

Pregunta 7.- Estaría de acuerdo que se cree un establecimiento de Servicios Funerarios Completos en el cantón Otavalo.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
TOTALMENTE DE ACUERDO	300	78
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	45	12
NO LE AFECTARIA EN NADA ESA CREACION	33	9
MEDIANAMENTE EL DESCUERDO	2	1
TOTALMENTE EN DESACUERDO	4	1
TOTAL	384	100

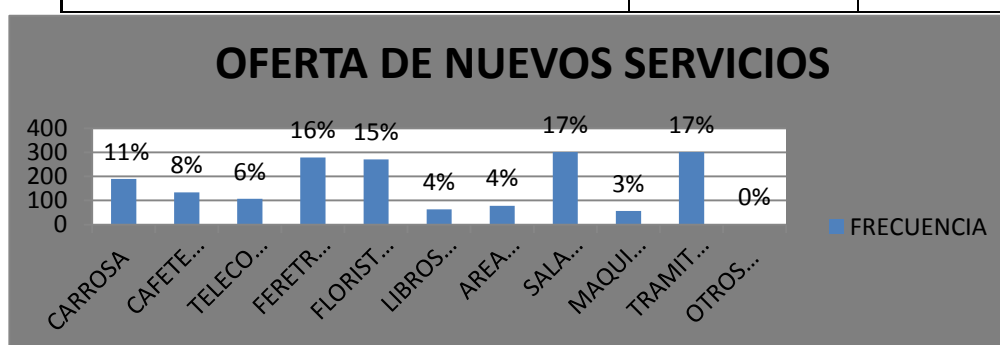


ANÁLISIS:

La creación de la empresa de Servicios Funerarios Completos en el Cantón Otavalo, es factible ya que contamos con una demanda real del 78%, debido a que en el Cantón Otavalo, no existe una empresa que brinde un Servicios Funerario Completo, ya que existen funerarias que desde hace tiempo y de manera costumbrista brindan los servicios de enfocados a un solo artículo o servicio.

Pregunta 8.- De los siguientes servicios cuales piensa usted que sería bueno que se brinde en este nuevo establecimiento de Servicios Funerarios Completos.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
CARROSA	190	11
CAFETERIA	134	8
TELECOMUNICACIONES	107	6
FERETROS	278	16
FLORISTERIA	271	15
LIBROS RECORDATORIOS	64	4
AREA INFANTIL	78	4
SALA DE VELACIONES	301	17
MAQUILLAJE	57	3
TRAMITES LEGALES	301	17
OTROS...	2	0
	1783	100



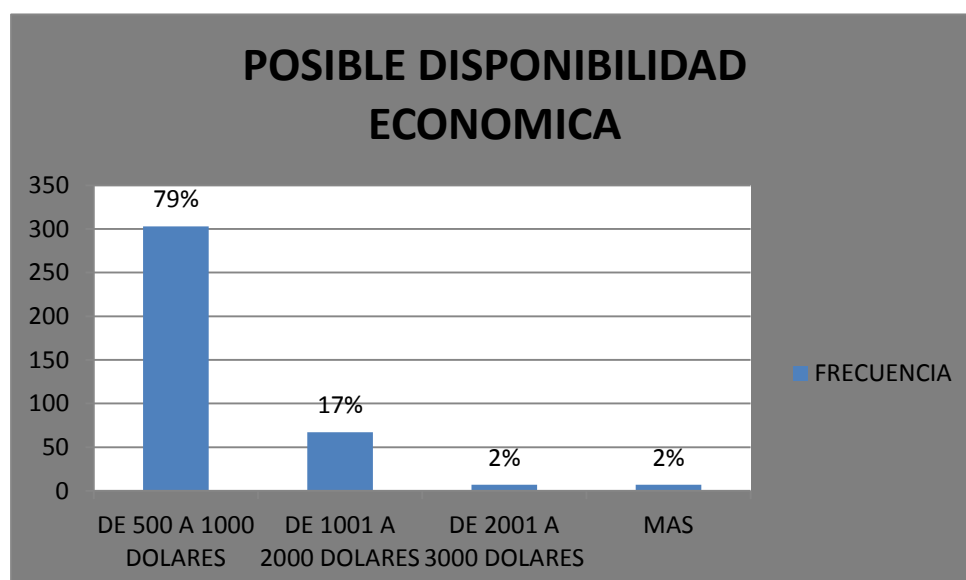
Elaborado por: las autoras

ANÁLISIS:

Como nos podemos dar cuenta hay mucha demanda insatisfecha, lo que nos da la oportunidad de crear una empresa de Servicios Funerarios Integrales y ofertar un Servicio Nuevo, Completo, Adecuado, que cubran todas las expectativas de los futuros clientes potenciales del Cantón Otavalo.

Pregunta 9. Cuanto estaría en posibilidad de disponer para el Servicio Funerario cuando usted lo necesite.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
DE 500 A 1000 DOLARES	303	79
DE 1001 A 2000 DOLARES	67	17
DE 2001 A 3000 DOLARES	7	2
MAS	7	2
	384	100



Elaborado por: las autoras

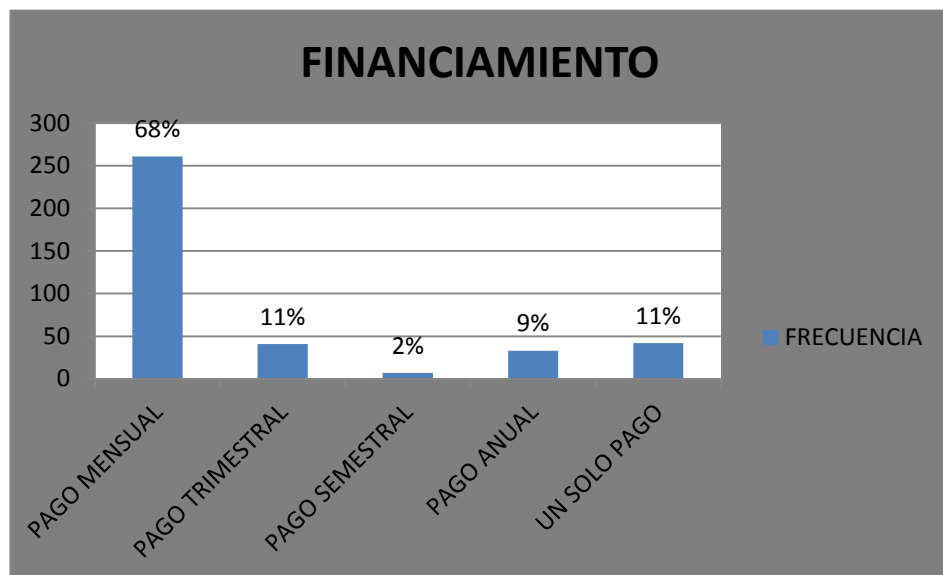
ANÁLISIS:

Se pudo conocer de los encuestados que están dispuestos a pagar un valor que va de acuerdo a su situación económica, y que pretendería cubrir todos los requerimiento en caso de necesitarlo, por ejemplo en un 79% están dispuestos a pagar un valor entre 500 y 1000 dólares en un 17% de 1001 a 2000 dólares en un 2 % de 2001 a 3000 y el 2% más de 3000 dólares.

El valor que el cliente esté dispuesto a pagar será el que registrará los servicios que se le pueda entregar, en ese caso se crearían paquetes de diferentes precios, conservando siempre la calidad, calidez, y garantía del buen servicios para tener clientes satisfechos.

Pregunta 10.- Como le gustaría que fuera el financiamiento para acceder a estos servicios funerarios.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
PAGO MENSUAL	261	68
PAGO TRIMESTRAL	41	11
PAGO SEMESTRAL	7	2
PAGO ANUAL	33	9
UN SOLO PAGO	42	11
	384	100



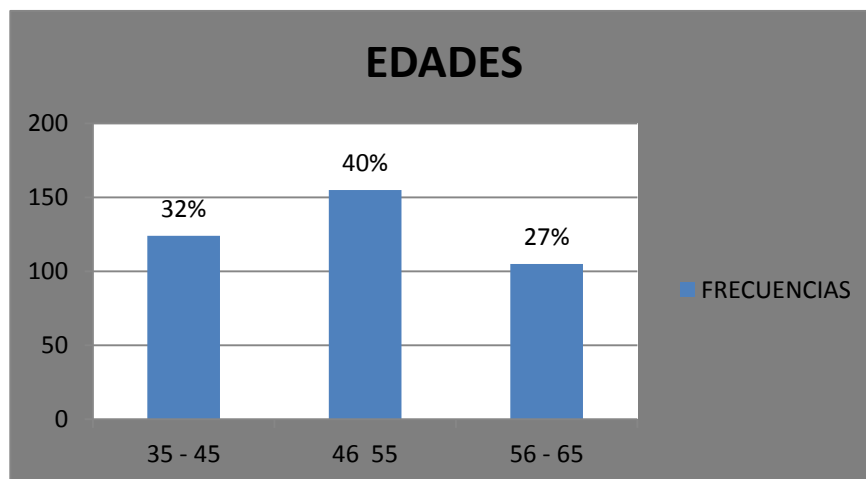
ANÁLISIS:

De acuerdo a los encuestados podemos deducir que en su mayor están dispuestos a pagar por cuotas

anticipadas los servicios que se pueda requerir en algún momento ya que siendo la muerte un hecho ineludible para todos los seres humanos y en muchos casos de manera imprevista, por lo que se puede deducir que estaría dispuestos a pagar en un importante 68% un pago mensual por los servicios que ellos requieran.

La presente encuesta fue aplicada a personas comprendidas entre los 35 año a 64 años de edad de acuerdo a la siguiente tabla de resultados:

EDAD	FRECUENCIAS	%
35 - 45	124	32
46 - 55	155	40
56 - 65	105	27
	384	100



Elaborado por: las autoras

ANÁLISIS:

De acuerdo a las encuestas realizadas a los usuarios del Cantón Otavalo comprendida entre las edades de: grupo 1 de 35

a 44, el 32% grupo 2 de 45 a 54 el 40%, y grupo 3 de 55 a 64 años el 27% constituyéndose en una población diversificada.

3.5 Identificación de la Demanda.

Para poder determinar la demanda futura se considerará los datos proporcionados según el censo del 2001 realizado por el INEC.

Por lo que se tomó en cuenta que treinta y un mil doscientos veinte y siete habitantes entre los 35 a 65 años que se tomó de base para la muestra del Cantón Otavalo, de los cuales el 78 % estarían totalmente de acuerdo en la creación de esta empresa de Servicios Funerarios Completos estos serían nuestra demanda potencial de: 24,357.00 personas estarían dispuestas a contratar nuestros servicios.

De los cuales estamos dispuestos atender durante el año en un porcentaje del 0.37% de la demanda potencial es decir 90 paquetes anuales.

3.6 Proyección de la demanda:

La proyección de la demanda se aplicó considerando el 1.093% de la tasa de mortalidad poblacional de la ciudad de Otavalo- en las personas entre 35 a 65 años, según el último censo realizado por el INEC. Tomando como base el 2011, por lo que se proyectara para los próximos cinco años.

PROYECCION DE LA DEMANDA				
2011	2012	2013	2014	2015
90	98	107	118	128
90	98	107	118	128

EDAD	%	VALORES DE LA DEMANDA			
35-65	78%	MINIMO		MAXIMO	
31,227.00	24,357.06	500.00	12,178,530.00	1,000.00	24,357,060.00

Como podemos darnos cuenta en el cuadro de valores de la demanda en dólares; de las personas que están totalmente de acuerdo tenemos un 78% dándonos valores mínimos y máximos de la demanda existente en el Cantón Otavalo y tomando en cuenta de los cuales atenderemos 0.37 % dándonos como mínimo de: 45,060.00 y un máximo de: 90 ,121.00 dólares al año.

3.7 Competencia

Una de las principales ventajas que tiene este proyecto en cuanto al entorno competitivo es que no existen empresas que brinden un servicio completo de funeraria, los que existen son únicamente dedicados a la venta y alquiler de servicios específicos como venta de féretros o venta de flores y/o alquiler de luminarias, por lo que no satisface la demanda existente en el Cantón Otavalo tomando en cuenta que nuestra empresa sería la única que prestaría esta clases de Servicios Completos.

PROYECCION DE LA OFERTA				
2011	2012	2013	2014	2015
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0

3.7.1 Análisis comparativo de la Competencia

Como podemos darnos cuenta en este proyecto no tenemos oferta ya que, según el estudio de mercado realizado, los servicios que actualmente ofertan en el Cantón Otavalo, son:

- Funeraria Unda, la más conocida que se dedica exclusivamente a la venta de féretros y en ocasiones alquiler de luminarias.
- Sala de Velaciones del Sindicato de Choferes, alquiler de la sala de Velaciones
- Asociación de Jubilados alquiler de sala de velaciones para los socios
- Funeraria la paz, venta de féretros etc.

Con la creación de la empresa de Servicios Exequiales Completos es totalmente diferente a lo tradicional, ya que esta empresa brindara un servicio completo que cubra todas las aéreas y necesidades de los usuarios que estén dispuestos a utilizar los servicios de la Empresa de servicios exequiales Integrales.

3.8 Demanda Potencial insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA					
	2011	2012	2013	2014	2015
DEMANDA	90	98	107	118	128
(-) OFERTA	0	0	0	0	0
D. I	90	98	107	118	128

Obteniendo una demanda Insatisfecha de 90 clientes para el año 2011 lo que indica la existencia de un mercado insatisfecho para este mercado. Esto permite que el proyecto este con bases firmes para emprender.

3.9 Precios

El Precio es el elemento más importante ya que constituye un aspecto esencial en la calidad del servicio que se brindará a los usuarios en el Cantón Otavalo.

La fijación del precio estará establecida de acuerdo a los servicios que brindará esta Empresa y a la información que se ha recabado, ya que se ha hecho una comparación de precios con otras empresas similares de Servicios Funerarios Completos de la Provincia Imbabura y se ha considerado los gastos que se incurre en estos casos de fallecimiento de un familiar. El precio de los servicios los servicios ira acorde a la situación económica de los usuarios.

De acuerdo con las entrevistas realizadas pudimos recabar la información necesaria de lo que las funerarias existentes cobran:

ARIABLE	DESCRIPCION	COSTO
SINDICATO DE CHOFERES	Sala de velaciones	80
SOCIEDAD ARTISTICA	Sala de velaciones	60
ASOCIACION JUBILADOS	Sala de velaciones	60
24 DE MAYO	Sala de velaciones	40
CLUB MEXICO	Sala de Velaciones	50

VARIABLE	DESCRIPCION	COSTOS	COSTOS	COSTOS	COSTOS
FUNERARIA LA FE	venta de féretros	150	190	210	400
FUNERARIA LA PAZ	venta de féretros	100	180	205	360
FUNERARIA UNDA	venta de féretros	140	195	206	450
FUNERARIA LA DOLOROSA	venta de féretros	160	198	240	390
FUNERARIA LA ESPRANZA	venta de féretros	105	189	207	500

Elaborado por: las autoras

ANÁLISIS:

Siendo esta la oferta existente en el Cantón Otavalo en lo que refiere a los precios; resaltando que no prestan servicios completos solo se dedican a la venta y alquiler de local, no existiría competencia ya que nosotros cobraríamos en paquete todo incluido buscando siempre los mejores costos existentes.

3.10 Conclusiones del estudio

- Podemos darnos cuenta claramente que la creación de la empresa de Servicios funerarios Completos en el Cantón Otavalo, es factible ya que contamos con él un 54% de demanda real y un 23% de demanda potencial, las cuales garantizarían su formación, crecimiento, desarrollo y estabilidad de dicha empresa.
- Después de haber realizado el estudio de mercado podemos concluir que en un 86% de los encuestados si depositaría la confianza en una empresa que brinde los Servicios Funerarios Completos, ya que se convierte en una demanda potencial que le dará respaldo para la creación de esta nueva empresa.
- De acuerdo a los 384 encuestados podemos darnos cuenta que en el cantón Otavalo no existe una empresa que brinde Servicios Funerarios Completos que brinden una asistencia Integral en el caso de fallecimiento de una persona. Por lo que un 78% de los encuestados están totalmente de acuerdo con la creación de esta empresa de servicios funerarios completos.

CAPITULO 4

4. Propuesta estratégica

Luego del análisis realizado hemos podido ver que en la ciudad de Otavalo no existe una empresa que brinde los servicios funerarios completos para esta localidad por lo que a continuación presentamos la creación de una EMPRESA DE SERVICIOS FUNERARIOS COMPLETOS.

4.1 Nombre o Razón Social

El estudio de factibilidad que se realizó nos da como resultado la aceptación de la creación de la Empresa de Servicios Funerarios Completos que llevara por nombre "CAMPO DE PAZ OTAVALO"

4.2 Macro y micro localización del proyecto

4.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El lugar geográfico donde va a llevarse a cabo el proyecto tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

- a) Provincia
- b) Cantón
- c) Parroquia

Provincia

El Proyecto estará ubicado en la provincia de Imbabura situada al norte de la serranía de Ecuador, es conocida como la provincia de los Lagos ya que se encuentra el lago San Pablo y las lagunas de Cuicocha y Yahuarcocha. La capital de la provincia es la ciudad de Ibarra y las principales ciudades son Otavalo, Cotacachi y Atuntaqui, además de muchos otros puntos de interés, tiene una parte subtropical cálida, conocida como el Valle del Chota. Imbabura tiene una población de 421,930 habitantes, según los datos del INEC (2001).

Limita al norte con provincia de Carchi, al sur con la Provincia de Pichincha, al este con la Provincia de Sucumbíos y al oeste con la Provincia de Esmeraldas, la provincia tiene una extensión aproximada de 4559,3 Km².



Ciudad de Otavalo



La ciudad de Otavalo a 110 Km al norte de Quito y a 2.530 metros sobre el nivel del mar, corazón de la provincia de Imbabura, es la cuna de hermosos tejidos y del mundialmente famoso mercado indígena, con una temperatura promedio de 14° C, cuatro estaciones en el día, mañanas frescas, días soleados, tardes otoñales y noches frías.

Mapa de la Provincia de Imbabura



Parroquia

EL presente proyecto se encontrara ubicado en la parroquia el Jordán como lugar estratégico y de fácil llegada.



4.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La Micro localización es uno de los factores principales para determinar la localización del Centro, por lo que la elección la realice en base a que el sector cuenta con la infraestructura básica necesaria, está ubicada en el sector urbano, por lo que la zona es estratégica para el funcionamiento de este Centro, además cuenta con vías de accesibilidad. En este entorno se encuentran disponibilidad de Recolección de basuras, los servicios básicos y complementarios necesarios para operar sin

restricciones Estos servicios están a disposición las veinte y cuatro horas del día. Por lo que he determinado que es el lugar apropiado para ejecutar este proyecto.

4.3 Ubicación de la Empresa

La empresa de servicios funerarios “Campo de Paz Otavalo” se encontraría ubicada en la parroquia el Jordán, Barrio Blas, entre las calles Bolívar y Panamericana Sur.

4.4 Misión

“Ser una empresa de Tradición, pionera en el cantón ofreciendo servicios exequiales de alta calidad, con seriedad y compromiso”

4.5 Visión

“Llegar a ser una empresa comprometida al Mejoramiento Continuo en la prestación de servicios exequiales que aporten y apoyen las necesidades de nuestros clientes”

4.6 Principios y Valores

4.6.1 SERVICIO AL CLIENTE

La calidad y la mejora continua en todas nuestras actuaciones, la ética profesional en las relaciones con los clientes y la satisfacción de sus necesidades y expectativas, son pilares de nuestra actividad, así como también lo son el riguroso cumplimiento de la legislación vigente y nuestra llegar a una imagen de empresa líder, consolidada y solvente.

4.6.2 CALIDAD

Sistema de Gestión de Calidad, basado en la ética empresarial, la profesionalidad y experiencia de todos los integrantes de la organización, porque la satisfacción de los empleados y su proyección profesional será valor esencial de la empresa. Nuestra estrategia es conseguir el éxito mediante el compromiso firme y activo de toda la empresa y la difusión a todos los niveles de nuestra cultura de orientación al cliente. En la misma línea, para nuestra empresa es importante la integración de los proveedores y subcontratistas en la estrategia de la organización.

4.6.3 Respeto, Seguridad Y Confianza

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

4.6.4 Honradez

En todos los eventos o actividades que se efectúen en la prestación de los servicios, la honradez juega un papel significativo, ya que de esto dependerá el prestigio de la empresa.

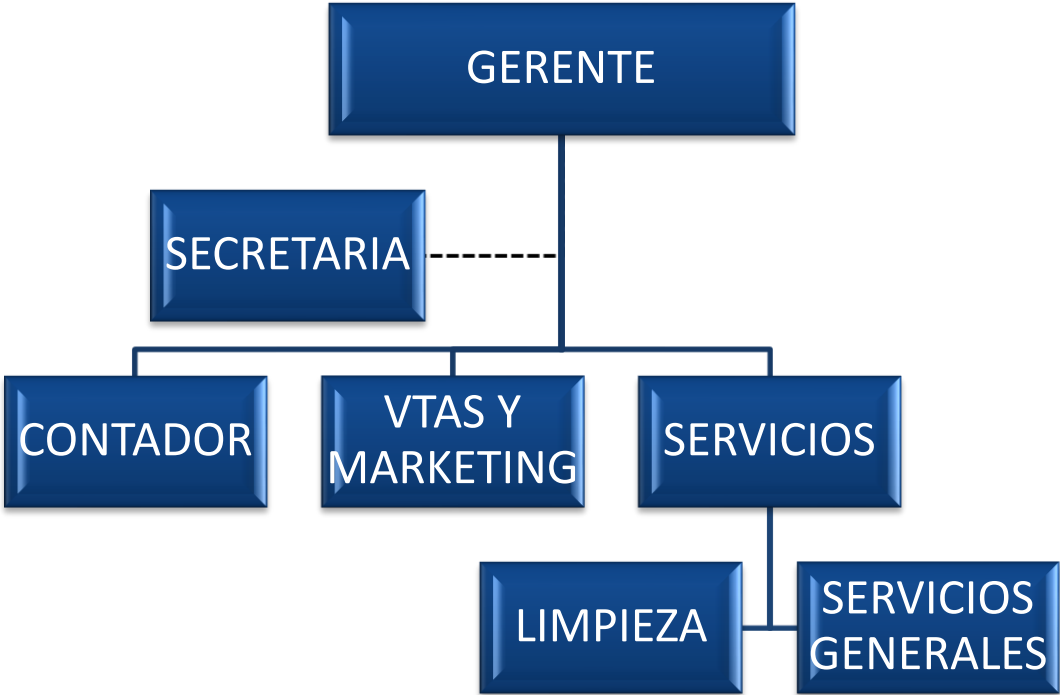
4.7 TIPO DE EMPRESA

Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada

4.8 LA ORGANIZACIÓN

Esta empresa de servicios funerarios completos en la ciudad de Otavalo, será una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, por lo que tendrá un solo dueño, mismo que tendrá la nominación de Gerente Propietario.

4.9 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



4.10 Descripción de Funciones

4.10.1 GERENTE PROPIETARIO

NATURALEZA DEL TRABAJO

Planificar, aprobar, coordinar, representar y evaluar las actividades que se desarrollan en el Centro.



CAMPO DE PAZ OTAVALO

TAREAS TÍPICAS

- El Director de la Organización es responsable de representar al centro o delegar evento o actividad que lo requieran se esté social, científica, coordinar interinstitucionalmente...etc.
- Autorizar la adquisición, a cualquier título de bienes, así como su enajenación, hipoteca o gravamen de cualquier naturaleza.
- Se encargará de realizar un seguimiento técnico y administrativo del negocio. Se responsabilizara de la toma de decisiones, uso adecuado, cuidado y mantenimiento de los bienes materiales y económicos del Centro.
- Elaborar informes mensuales de las actividades realizadas en el Centro.
- Ser la portavoz de las inquietudes y necesidades del centro a los familiares.
- Se encargará de la contratación del personal y fijar el sueldo.
- Elaborar el presupuesto anual de la Organización.
- Participar en el control y verificación de la asistencia.
- Autorización de pagos y firmas de cheques.
- Planificar y coordinar cursos de formación, actualización y perfeccionamiento del puesto a su cargo.

PERFIL

- a) Ingeniero en Administración de Empresas o título a fines.
- b) Tener experiencia mínima de dos años en esta área.
- c) Ser mayor de 25 años

4.10.2 CONTADORA

NATURALEZA DEL TRABAJO

Registro y control de los recursos económicos de la Institución.



CAMPO DE PAZ OTAVALO

TARES TÍPICAS

- Realizar el Registro y control contable de acuerdo a las normas en la Ley.
- Establecer procedimientos de consolidación de información contable y de activos fijos.
- Sumillar las facturas de gasto.
- Comparar entre lo presupuestado y lo gastado.
- Control de las conciliaciones.
- Presentar al Director informes periódicos sobre la situación contable.

PERFIL

- a) Debe contar con título Universitario en Contabilidad
- b) Experiencia mínima de dos años.

4.10.3 SECRETARIA

NATURALEZA DEL TRABAJO

Ejecutar labores de secretaria



CAMPO DE PAZ OTAVALO

TARES TÍPICAS

- Organizar los Labores de Secretaria
- Ocuparse del control de documentos y custodio del archivo.
- Manejo de valores de caja chica y suministros de oficina.
- Brindar información de los servicios que brinda la Institución a la comunidad en general.
- Informar sobre los requisitos establecidos por la empresa para realizar la contratación para el funeral.
- Mantener un registro de los funerales que ha realizado la empresa.

PREFIL

- c)** Debe contar con título Universitario en Contabilidad
- d)** Experiencia mínima de dos años en funciones a fines

4.10.4 AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES

NATURALEZA DEL TRABAJO

Mantenimiento, limpieza, cuidado, arreglo de las instalaciones del centro, mensajería y mantenimiento en general.



CAMPO DE PAZ OTAVALO

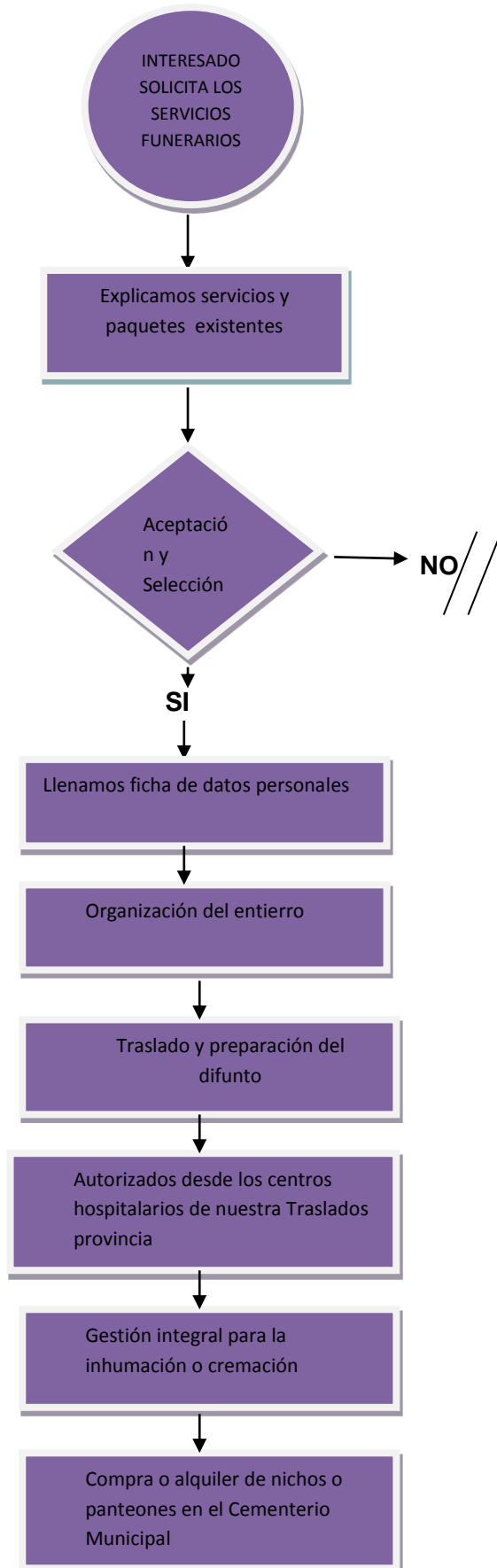
TAREAS TÍPICAS

- Realizar el aseo de las Instalaciones de la empresa (oficinas, sala de velaciones y demás instalaciones).
- Llevar y traer mensajes dentro y fuera de la Institución.
- Ejecutar el aseo, cuidado, mantenimiento y reparación de muebles, máquinas y enseres de las oficinas.
- Abrir y cerrar las puertas de la empresa.
- Ocasionalmente realizará trabajos de carpintería, albañería y otros, tendientes a mantener la imagen y presentación de la Institución.
- Frecuentemente realizará trabajos de ayudante de cocina.

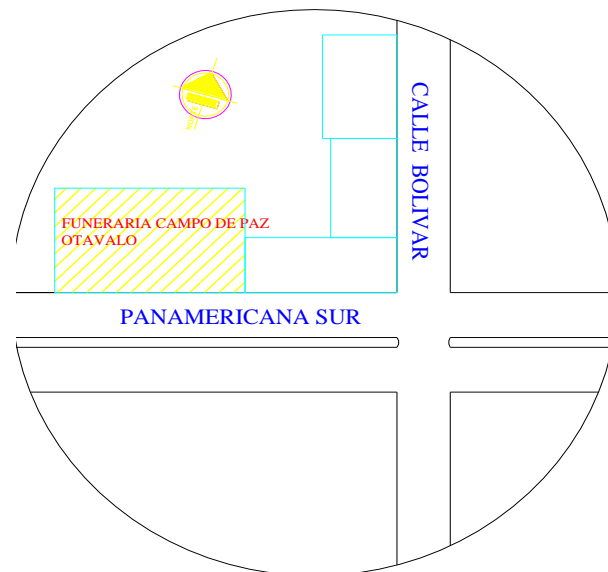
PREFIL

- a) Tener título de Bachiller
- b) Haber prestado sus servicios por lo menos dos años.
- c) Excelentes recomendaciones personales.

4.11 Flujo grama del proceso



4.12 CROQUIS



4.13 La Empresa

Queremos Brindarle la mejor atención a nuestros clientes frente a las eventualidades presentadas por la pérdida de un ser querido, por esto contamos con salas de velación, cofres mortuorios, traslado de restos, crematorio, entre otros.

Con los resultados que arrojó el Estudio de Mercado, nuestra empresa se orienta a brindar diferentes tipos de servicios funerarios a 145 fallecidos al año, este dato fue facilitado por el Registro civil de la ciudad de Otavalo.

Mediante esta cantidad de fallecidos , la Empresa de servicios Funerarios requiere dotar de una infraestructura adecuada para el buen servicio de los mismos , para lo cual se ha estimado crear la empresa de servicios Funerarios en una área de 1500 metros cuadrados de terreno, para la construcción tanto de la obra civil como de los servicios generales.

La capacidad de personas que pueden acompañar al fallecido por cada sala de velación será de 100 personas. Tendremos dos salas de velaciones debidamente arregladas y disponibles para los funerales.

4.13.1 SERVICIOS PARA EL SEPELIO

Servicio de floristería: nos encargamos de hacer llegar sus Ornamentos florales puntualmente, aunque no se encuentre en nuestra localidad. Este servicio está disponible para los familiares directos, y también para los visitantes. Servicio de prensa: publicación de esquelas en periódicos locales y nacionales.

Libro de visitas: ponemos a disposición de los visitantes un libro de visitas, donde pueden firmar y dejar un último recuerdo del difunto. También se puede firmar online, para las personas que no puedan asistir personalmente.

Otros servicios: esquelas murales, notas necrológicas en las emisoras locales, coches de acompañamiento, servicio de autobuses para desplazamiento a los cementerios, taxi, etc.

4.13.2 TRASLADO Y PREPARACIÓN DEL DIFUNTO

Nuestro personal funerario trasladará el cuerpo al tanatorio, donde se procederá a su preparación para poder ser exhibido en la sala Velatorio, donde permanecerá hasta la celebración de la ceremonia religiosa, que se realizará en una parroquia de su elección, normalmente la parroquia de la zona donde residía el difunto. Posteriormente se traslada al cementerio correspondiente donde recibirá sepultura.

Si en lugar de la inhumación deciden optar por la incineración, nos encargamos de gestionar la certificación médica correspondiente.

4.13.3 ORGANIZACIÓN DEL SEPELIO

En cuanto nos confía la organización social del sepelio, nos hacemos cargo de una larga serie de detalles necesarios: contacto con la parroquia, el ayuntamiento, la prensa, confección de la esquela, radio, floristería, elección del arca, destinos intermedios, ceremonia, traslado. etc.

4.13.4 TRAMITACIONES Y GESTIONES

También hacemos las siguientes gestiones.

Traslados autorizados desde los centros hospitalarios de nuestra provincia.

Gestión integral para la inhumación o cremación.

Compra o alquiler de nichos o mausoleos en el Cementerio Municipal.

4.13.5 TRASLADOS

Tramitamos los certificados para el traslado a cualquier punto de territorio nacional. Si el traslado es internacional, realizamos las gestiones coordinando los organismos y empresas necesarios a tal efecto, como Embajadas, Consulados, Juzgados, Ministerio de Sanidad, Compañías aéreas, etc.

4.13.6 CAPACITACIÓN

Se desarrollará un plan permanente de capacitación para cada uno de los operarios y empleados de la empresa, los cuales obtendrán conocimientos actualizados y técnicos en ventas y comercialización para el área administrativa; y, de intercomunicación y gestiones judiciales para el área de operación de la empresa.

Los cursos de perfeccionamiento que se brindarán, se realizarán personalizada mente, y serán especializados para cada parte del proceso de comercialización y administración, motivando de esta manera al personal que laborará en la empresa.

4.13.7 COMERCIALIZACIÓN

Uno de los factores más importantes en éste proyecto es la determinación de su mercado potencial, ya que aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como los costos e inversiones que se van a realizar.

Mediante el análisis del consumidor caracterizaremos a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumos, motivaciones, etc.; para obtener el entorno sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial.

Los Servicios Exequiales, siempre tendrán un espacio en el mercado, éste basa su demanda de acuerdo al porcentaje de mortalidad y la población existente en el área de desarrollo del proyecto.

Se ha previsto, que la empresa funcione estratégicamente como una empresa de Oferta y Comercializadora de Servicios Exequiales Completos, la cual se encargará de facilitar a los familiares directos del occiso asistencias exequiales que ellos decidan utilizar, las cuales se presentan en una amplia gama; asimismo, se establecerán vínculos comerciales con potenciales consumidores sean estos instituciones sociales, gremiales, educativas, etc.

Mediante estudios de mercado se establecerán estándares oferta y demanda de los productos que brindará la Empresa de Servicios Exequiales Integrales; además, mediante la participación en exposiciones, ferias, promociones, etc. se publicitará la oferta existente.

4.13.8 OPERATIVIDAD EMPRESARIAL

En lo referente a las Bases Técnicas – Científicas, señalamos que éste es un proyecto que tomará en cuenta diferentes características para el proceso de investigación en la prestación de Servicios Exequiales como son: su importancia cultural, experiencias de comercialización en la región norte del Ecuador, sistemas eficientes de Administración de Empresas, Costos, Sistemas de Comercialización, Promoción, Manejo de Inventarios, Manejo de Personal, etc.

Como uno de los aspectos principales que tiene este estudio, es el que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales.

Se definirá en el proceso de desarrollo de la investigación la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su potencial operación.

Asimismo los sistemas y procedimientos que definirán el presente proyecto determinarán también la inversión en estructura física. La simulación de su funcionamiento permitirá definir las necesidades de espacio físico para oficinas, planta administrativa, pasillos, estacionamientos, jardines, vías de acceso, etc.

De la misma forma los aspectos legales pueden restringir la localización y obligar a mayores costos de transporte, o bien pueden referirse a los aspectos tributarios.

El fin de ésta empresa no es solamente comercializar servicios y vender más, sino que se venda los servicios exequiales que necesiten y deseen los demandantes, lo que representa mayores beneficios para esta empresa, de acuerdo a su estructura y organización.

De estos cuatro componentes hemos determinado que estos deben implementarse desde el inicio del proyecto, y durante el transcurso del

mismo; mediante el cronograma de actividades a realizarse se diversificará la aplicación e importancia de cada uno de los componentes, según el avance de la investigación y consecución de resultados en el proyecto.

Este proyecto basa su Rentabilidad en aspectos básicos como la Tasa Anual de Mortalidad en el Ecuador que es del 4,23%; la mediana competencia existente que ofrece servicios individuales más no integrales; el establecimiento de costos competitivos y de introducción al mercado por la prestación de servicios; y, enfrentar una economía globalizada pero tradicionalista por excelencia en el Cantón Otavalo.

De la misma forma los accionistas o dueños de la empresa, son quienes la administrarán mediante su intervención directa en la implementación, perfeccionamiento y crecimiento de éste negocio.

Pero, al ser una pequeña o mediana empresa nueva, los recursos humanos escasean, y un solo hombre o un grupo reducido de mando tienen que ocuparse de todas las tareas directivas; la organización de éste negocio descansa en líneas generales en un Dueño, Director General, Director Financiero, y el Personal propiamente dicho.

4.13.9 Servicios Exequiales Integrados

El presente estudio, propone crear una Empresa de Prestación de Servicios Exequiales Integrales, que irá creciendo en el tiempo según los resultados esperados. Su sistema de organización administrativa conlleva la prestación de Servicios Exequiales propios de la empresa en las siguientes áreas:

- Sala de Velación
- Funeraria (Meseta, luminarias, pedestales, etc.)
- Servicio de Velación en cuerpo presente o cenizas
- Velación en cuerpo presente o cenizas en domicilio
- Servicio de Cafetería

- Trámites legales de defunción
- Traslado de cuerpo

Habrán otros servicios que se brindarán, los cuales serán prestados por terceros mediante alianzas estratégicas empresariales, pero, bajo la administración de ésta empresa y estos son:

- Acompañamiento Música
- Capilla Ardiente
- Arreglos Florales
- Uso de Iglesia o Capilla
- Colocación de Lápidas
- Venta de Cofres Mortuorios
- Formolización

Además, se atenderá con todos estos servicios las 24 horas del día mediante comunicación telefónica. Habrá una oficina que atenderá a sus clientes personalizada mente en horarios de atención de 8h00 a 18h00 ininterrumpidamente.

Para los sistemas de organización financiera, se propondrá tarifas según Paquetes de Servicios, los cuales serán: Básico, Clásico y de Primera; y de acuerdo a los mismos se tendrán las tarifas de los costos, los cuales deben ser competitivos al mercado local. La Empresa de Prestación de Servicios Exequiales es la única representante legal y responsable de sus actividades.

De la misma forma se propone pagos distribuidos hasta 60 días de la Prestación de Servicios para personas de escasos recursos económicos, previo pago del 50% del costo total de los mismos y la firma de un Contrato legalizado.

4.14 TIPOS DE SERVICIOS

En la Sala de Velación se ofrecerán los servicios exequiales y de funeraria, que se detallan a continuación:

Servicio de Velación en Cuerpo presente en Sala

Este servicio consiste en la ocupación de las instalaciones para la velación de un difunto por el término máximo de 24h00 comprendido desde el momento en que ingresa el cadáver al local hasta el momento en el que se traslada al camposanto para su inhumación.

Servicio de Velación de Cenizas

Actualmente ha tomado fuerza la práctica de la Cremación, comúnmente utilizada en países más adelantados en este tipo de servicios como son Colombia, Argentina, Venezuela, Brasil, Norte América y Europa; que no es más que la calcinación de un cuerpo declarado difunto, por tanto requiere de la velación acostumbrada, es así que tiene las mismas características del caso anteriormente citado como ocupación de la sala por 24h00 y sus instalaciones, el proceso de la Cremación de cadáveres se realizará en el horno crematorio del Hospital Regional según solicitud de familiares.

Velación de Cuerpo presente en Domicilio

Este servicio es el tradicionalmente utilizado y al que hemos estado acostumbrados en nuestro medio; consiste en el arreglo del Domicilio o Casa del Duelo con la capilla ardiente, el altar, el libro recordatorio, flores, alfombra, cofre, cortina, luces y demás implementos acostumbrados en el rito de la velación de un cuerpo. Además se brinda el Servicio Religiosos en la Iglesia de preferencia de los familiares. Este Servicio puede extenderse por cuanto los familiares del difunto generalmente así lo solicitan.

Velación de Cenizas en Domicilio

Es similar al anterior, difiere únicamente en que en vez de velar en cuerpo presente se velan las cenizas del difunto. Así tenemos la Cremación, capilla ardiente, altar, servicio religioso, y acompañamiento musical, como en el caso anterior a criterio de los familiares del difunto.

Venta de Cofres

La empresa posee un stock necesario para la venta de cofres mortuorios. Estos pueden ser de cuatro tipos:

Cofre de madera con adornos

Cofre de madera sin adornos

Cofre metálico con adornos

Cofre metálico sin adornos

Servicios Adicionales

Además de los indicados la empresa con el ánimo de atender de la mejor manera a sus clientes pone a consideración de los mismos los siguientes servicios que pueden ser o no acompañados con los anteriores:

Servicio de Cremación

Este servicio lo brindaremos en caso que los familiares de los difuntos nos soliciten el mismo que consiste en trasladar el cuerpo del difunto al horno de Cremación, el proceso de la Cremación de cadáveres se realizará en el horno crematorio del Hospital Regional, según solicitud de familiares, la Cremación misma, la provisión de una urna para cenizas, y el traslado al lugar de la velación.

Servicio de Exhumación

Consiste en la extracción de los restos de un cuerpo enterrado con anterioridad para ser reubicado ya sea en el mismo túmulo o nicho o en otro destino en las dependencias del Cementerio, además se provee de un cofre propio para restos y las diligencias y trámites legales pertinentes.

Acompañamiento Musical

Este servicio adicional se lo puede ofrecer tanto para la velación, el momento del servicio religioso o para la inhumación, para el efecto se distribuirá las instalaciones eléctricas para amplificación musical, toma corrientes y demás insumos necesarios para lograr una correcta acústica en cada sala de velación como la cafetería y la capilla.

Servicio de Cafetería

Consiste en la atención durante el proceso de la velación con un espacio especialmente diseñado para el efecto en el que se brinda, café, capuchino, agua aromática, galletas, refrigerios, caramelos, agua, a los acompañantes del velorio, en el cual estará presente siempre personal de la empresa ofreciendo este servicio y encargándose del menaje, esto puede ser en las instalaciones de la Sala de Velaciones o en la casa del duelo. No se expenderán bebidas alcohólicas, ni comidas preparadas.

Otros Servicios

Además de estos están otros servicios más sencillos como son venta de flores, colocación de lápidas, traslados de cuerpo, obituarios, y todos los que no se detallan que sean solicitados por el cliente y que tengan que ver de alguna manera con el servicio funerario.

Horario de atención

Por el tipo de servicio que brindará ésta empresa, y al ser totalmente impredecible el momento de un fallecimiento, debemos estar preparados para cubrir la necesidad del cliente cuando este lo requiera. Es por ello que la atención se la realiza las 24h00 incluyendo días festivos y feriados. Para poder dar este servicio el personal de la empresa trabajará en turnos rotativos.

Capacidad del local

El proyecto ha sido diseñado y planteado con la intención de ofrecer a los asistentes la mayor comodidad posible de los recursos disponibles, para ello se ha planificado los diferentes espacios manteniendo el concepto de que los asistentes a la velación estarán distribuidos uniformemente en todas las instalaciones. Detallamos a continuación los principales ambientes del proyecto.

Sala de Velación

Se considera tres salas de velación, la una con capacidad para 180 personas sentadas, con frente al féretro y capilla ardiente, las otras salas con frente a esta, se han diseñado con una capacidad para 100 personas cómodamente sentadas, todo ello, en base a normativas y estándares generalizados. Además se ha considerado cerca de las salas habitaciones de descanso con baños para uso de los familiares del difunto.

Cafetería

El proyecto contempla una cafetería con frente a la sala, la que contará con las instalaciones eléctricas y sanitarias necesarias para brindar a los deudos un espacio de relax en el cuál se podrá fumar y tomar un café de ser el caso.

Capilla

Otro espacio contemplado en el proyecto es una pequeña capilla de oración la que se destinará para que se realicen los servicios religiosos ocasionales.

Oficina de Recepción

Se encuentran estratégicamente ubicadas, en las que se dispondrán dos estaciones para la recepción de clientes y la atención del local. Contará con seis espacios para parqueo en la parte frontal.

Guardianía

El proyecto cuenta con una estación para guardianía, que cumplirá además la persona de turno de las funciones de valet parking, ésta estación está ubicada al ingreso del local.

Bodega. En la planta alta se ha provisto una bodega para cofres, capillas y demás menaje de la empresa.

Oficina de Gerencia

Así mismo se encontrarán en el local con un baño y una oficina adjunta.

Parqueaderos

Se debe indicar por la experiencia obtenida que es necesario contar con un número de parqueamientos acorde a las necesidades del local, por tal motivo se ha diseñado un espacio importante dentro del anteproyecto para este fin.

Baterías Sanitarias

Se ha diseñado la construcción de dos espacios ubicados estratégicamente para los baños, los que servirán a los asistentes a las salas de velación.

Ingresos

Se cuenta con dos ingresos a la Sala de Velaciones, por donde se ingresa al parqueadero.

Medidas de Seguridad y Contra Incendios

Se ha establecido una salida de emergencia en cada sala, el diseño contempla para la seguridad de los asistentes un sistema de ventilación forzada por cielo raso. Los Extintores serán ubicados uno por cada sala además de un extintor en la cafetería de diez libras cada uno.

4.15 PROPUESTA DE PAQUETES Y SERVICIOS:

SERVICIOS EN NUESTRAS INSLACIONES

SERVICIO BÁSICO

- Cofre metálico sin herrajes.
- Sala de velación por 24 horas.
- Traslado en auto carroza a las salas de velación y al Cementerio de la ciudad de Otavalo.
- Servicio religioso.
- Cinco arreglos florales (Tres ramos y dos arreglos para floreros).
- Libro de Condolencias.
- Autoservicio de Cafetería Permanente.
- Trámite automático del Fondo Mortuario del IESS.
- Parqueadero privado.
- Música Ambiental.
- Sala provista de 50 sillas.
-

COSTO SERVICIO	\$ 594,00
AL CONTADO DESCUENTO	\$ 54,00
	\$ 540,00

SERVICIO BÁSICO DIFERENCIADO

- Cofre metálico con herrajes o de madera tradicional.
- Capilla Ardiente por 24 horas.
- Transporte para llevar y retirar capilla ardiente.
- Traslado en auto carroza al domicilio y al Campo santo.
- Tres arreglos florales y 24 rosas para floreros.
- Libro de Condolencias.
- Trámite automático del Fondo Mortuario del IESS.
- Cincuenta Sillas,

COSTO SERVICIO	\$ 753,50
AL CONTADO DESCUENTO	\$ 68,50
	\$ 685,00

SERVICIO ESTANDAR

- Cofre de madera clásica.
- Capilla Ardiente por 24 horas.
- Transporte para llevar y retirar capilla ardiente.
- Traslado en auto carroza al domicilio y al Campo santo.
- Cuatro arreglos florales y 24 rosas para floreros.
- Libro de Condolencias.
- Trámite automático del Fondo Mortuorio del IESS.
- Cincuenta Sillas

COSTO SERVICIO	\$ 973,50
AL CONTADO DESCUENTO	\$ 88,50
	\$ 885,00

SERVICIO ESPECIAL

- Cofre de maderas finas
- Capilla Ardiente por 24 horas.
- Transporte para llevar y retirar capilla ardiente.
Traslado en auto carroza al domicilio y al Cementerio de la ciudad de Otavalo.
- Cinco arreglos florales y 24 rosas para floreros.
- Libro de Condolencias.
- Trámite automático del Fondo Mortuorio del IESS.
- 25 Tarjetas de agradecimiento
Cincuenta Sillas
-

COSTO SERVICIO	\$ 1.237,50
AL CONTADO DESCUENTO	\$ 112,50
	\$ 1.125,00

SERVICIO A DOMICILIO

SERVICIO BÁSICO

- Cofre metálico.
- Capilla Ardiente por 24 horas.
- Transporte para llevar y retirar capilla ardiente.
Traslado en auto carroza al domicilio y al Cementerio de la ciudad de
- Otavalo.
- Tres arreglos florales y 24 rosas para floreros.
- Libro de Condolencias.
- Trámite automático del Fondo Mortuario del IESS.
- Veinte Sillas

COSTO SERVICIO	\$ 594,00
AL CONTADO DESCUENTO	\$ 54,00
	\$ 540,00

SERVICIO ESTANDAR

- Cofre de madera clásica.
- Capilla Ardiente por 24 horas.
- Transporte para llevar y retirar capilla ardiente.
- Traslado en auto carroza al domicilio y al Campo santo.
- Cuatro arreglos florales y 24 rosas para floreros.
- Libro de Condolencias.
- Trámite automático del Fondo Mortuorio del IESS.
- Cincuenta Sillas.

COSTO SERVICIO	\$ 973,50
AL CONTADO DESCUENTO	\$ 88,50
	\$ 885,00

SERVICIO ESPECIAL

- Cofre de maderas finas
- Capilla Ardiente por 24 horas.
- Transporte para llevar y retirar capilla ardiente.
- Traslado en auto carroza al domicilio y al Campo santo.
- Cinco arreglos florales y 24 rosas para floreros.
- Libro de Condolencias.
- Trámite automático del Fondo Mortuario del IESS.
- 25 Tarjetas de agradecimiento
- Cincuenta Sillas

COSTO SERVICIO	\$ 1.237,50
AL CONTADO DESCUENTO	\$ 112,50
	\$ 1.125,00

SERVICIO DE VELACIÓN CON CREMACION

SERVICIO BÁSICO

- Cofre de madera en préstamo para la velación
- Sala de velación por 24 horas.
Traslado en auto carroza a las salas de velación y a la cremación.
- Servicio religioso.
Cinco arreglos florales (Tres ramos y dos arreglos para floreros).
- Libro de Condolencias.
- Autoservicio de Cafetería Permanente.
- Trámites y cremación.
- Trámite automático del Fondo Mortuorio del IESS.
- Parqueadero privado.
- Sala provista de 50 sillas

COSTO SERVICIO	\$ 1.089,00
AL CONTADO DESCUENTO	\$ 99,00
	\$ 990,00

SERVICIO ESPECIAL

- Cofre de madera en préstamo para velación
- Sala de velación hasta 24 horas.
- Traslado en auto carroza a las salas de velación y a la cremación.
- Servicio religioso.
- Siete arreglos florales (Cinco ramos y dos arreglos para floreros).
- Libro de Condolencias.
- Autoservicio de Cafetería Permanente.
- Trámites y cremación.
- Trámite automático del Fondo Mortuario del IESS.
- Parqueadero privado.
- Sala provista de 80 sillas.
- Acompañamiento musical en servicio Religioso
- 25 Tarjetas de agradecimiento
- Música Ambiental

COSTO SERVICIO	\$ 1.474,00
AL CONTADO DESCUENTO	\$ 134,00
	\$ 1.340,00

4.16 ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

- ✓ Liderar en el Cantón Otavalo con nuestros servicios. Ya que esta empresa es de servicio y está encaminada a la satisfacción de las necesidades del cliente, que en este caso sería la atención eficiente y eficaz, rápida y tomando en cuenta que el cliente casi siempre tiene la razón, pues la meta principal es el llegar a ser la primera opción del cliente al momento de elegir un servicio funerario, convirtiéndose de esta manera en una empresa amiga de los clientes.
- ✓ Cabe recalcar que además será una empresa de servicios funerarios que atenderá las 24 horas del día.
- ✓ El propósito fundamental de la empresa, será estar dirigido a todas las personas y que buscan una nueva alternativa dentro del negocio del servicio funerario, donde el cliente tenga la facilidad de escoger el tipo de servicio que más le convenga y este acorde a sus necesidades y especialmente en lo económico.

4.17 ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS DE POSICIONAMIENTO

- ✓ El Sistema de Gestión de la Calidad en prestación de servicios funerarios que estableceremos en nuestra empresa, según la norma DIN-EN-ISO 9001:2000 “Sistemas de Gestión de la Calidad-Requisitos” es considerado como uno de los principales factores estratégicos para el aseguramiento de la capacidad de nuestra organización por satisfacer a nuestros clientes y la garantía de competitividad de nuestra Empresa.

- ✓ Planear y ejecutar la concepción, precio, promoción, y distribución de los servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y de las organizaciones
- ✓ Tener siempre en cuenta lo que les gusta, lo que no les gusta, y lo que están buscando los clientes para lograr satisfacer las necesidades de acuerdo a las expectativas de ellos.
- ✓ Mantener una publicidad efectiva logrando Atención... Interés... Deseo... y Acción! Llamar la *Atención* para que la gente se detenga en su anuncio, despertar el *Interés* para que lea lo que usted tiene para ofrecer, estimular el *Deseo* por el producto...y hacer un llamado a la *Acción* para que lo compre (o cualquiera sea lo que quiere que haga su cliente potencial)

4.18 Estrategias operativas

- ✓ Nuestra empresa tratara todos los servicios de entierro de una forma profesional y con un trato altamente personalizado.
- ✓ Con una simple llamada telefónica, gracias a nuestro servicio permanente de 24h al día los 365 días del año.
- ✓ Tendrá a su disposición uno de nuestros agentes para que se ocupe de todo: traslados nacionales e internacionales, capillas, tanatorio, cementerio, inhumación, incineración, ceremonia religiosa, coronas y arreglos florales, recordatorios, esquelas, trámites administrativos, obtención de certificados, etc.



Profesionalidad

Un equipo profesional, altamente cualificado en la tramitación de cualquier tema funerario.



En cualquier momento

Con un servicio telefónico permanente las **24 horas del día**, inclusive sábados, domingos y festivos.



Comodidad

Para tramitar todo el Servicio de Entierro, **nos desplazamos** al lugar más cómodo para usted.



Una simple llamada

Ud. sólo tiene que realizar **una llamada telefónica a CAPAZOT** para todos los trámites.



La mejor orientación

Le aconsejamos para que **Ud. decida lo más adecuado** a su situación familiar y sus intereses.



Eficacia

Nos ocupamos de todo. Un proceso sencillo y rápido que le ayuda a decidir lo más idóneo.

- ✓ La formación, la selección y promoción personal y el impulso de acciones que velen por la prevención, la salud y la seguridad de todos/as los/as trabajadores/as.

4.19 Financieras

- ✓ Diseñar un sistema de depuración, asesoramiento y control sistemático a todas las unidades organizativas de la empresa.
- ✓ Lograr que la contabilidad refleje los hechos económicos de forma veraz y oportuna de acuerdo con los principios generalmente aceptados.
- ✓ Implementar un sistema que garantice un nivel óptimo de inventario. La Capacidad financiera para la compra se calcula previa al presupuesto de gastos e ingresos pues se incluye en las necesidades de financiamiento mensual que la empresa requiere para la adquisición del inventario.
- ✓ Confeccionar y aplicar el Presupuesto de Ingresos y Gastos y el Flujo de Caja como herramientas para el adecuado control y supervisión de los recursos monetarios.
- ✓ Establecer una adecuada política de contratación económica que posibilite tener asegurada la venta, las condiciones y términos para el cobro de las producciones realizadas.
- ✓ Incrementar la Eficiencia y Eficacia de la empresa con mayor gestión económica.
- ✓ Satisfacer la demanda siempre creciente de nuestro pueblo con nuestros servicios y que éstos estén en correspondencia con su valor percibido.

4.20 DISEÑO DE INSTALACIONES

ENTRADA



LOBBY



OFICINAS



SALA DE DESCANSO



SALAS DE VELACIONES N.1



SALA DE VELACIONES N.2



CAPITULO 5

5. EVALUACION FINANCIERA Y ECONOMICA

Las proyecciones financieras y económicas se basa en la investigación de mercado y estudio técnico del proyecto, realizada en la ciudad de Otavalo, los valores que se proponen están proyectados a cinco años.

5.1. PRESUPUESTO DE INVERSION

CUADRO D 1

BIENES MUEBLES OPERATIVOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
200	Silla Metálica corosil negro	25,00	5.000,00
4	Butaca madera para 5 personas	200,00	800,00
12	Jarrón de bronce metálico	140,00	1.680,00
12	Poste metálico de una esfera	160,00	1.920,00
8	Candelabros metálicos para velas	60,00	480,00
12	Base para Jarrón metálico	150,00	1.800,00
2	Base para sarcófago metálico	100,00	200,00
2	Rótulo mixto (metálico y madera)	150,00	300,00
8	Porta floreros metálicos 2 servicios	120,00	960,00
8	Porta floreros metálicos 1 servicios	100,00	800,00
2	Crucifijo metálico con base	250,00	500,00
4	Bases para focos circulantes circunferencias	25,00	100,00
8	Pantallas para focos	25,00	200,00
10	Tomacorriente 6 servicios con adaptador	8,00	80,00
2	Mesa de madera	170,00	340,00
10	Bandeja de madera	25,00	250,00
4	Olla metálica de 12 litros de losa	25,00	100,00
4	Basurero plástico	8,00	32,00
8	Pantalla para foco en postes	25,00	200,00
2	Escalera de madera	50,00	100,00
2	Trípode de madera	60,00	120,00
2	Atril de madera natural	160,00	320,00
12	Cenicero metálico tipo pedestal	12,00	144,00
4	lámparas colgantes de tres brazos	40,00	160,00
2	Alfombras	300,00	600,00
2	Porta tarjetas	40,00	80,00
TOTAL USD.			17.266,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 2

EQUIPOS OPERATIVOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Cocineta metálica 4 quemadores	110,00	220,00
2	Tanque de gas 15 kilos	70,00	140,00
1	Amplificador incluido 4 parlantes 2 micrófonos	250,00	250,00
1	Aspiradora	400,00	400,00
1	Micro Hondas	140,00	140,00
2	cafeteras	65,00	130,00
	TOTAL		1.280,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 3

HERRAMIENTAS MENORES			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Martillo Villota	16,00	32,00
2	Alicate 6 pulgadas	8,00	16,00
2	Destornillador	7,00	14,00
	TOTAL		62,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 4

EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Calculadora sumadora	55,00	55,00
2	Reloj	25,00	50,00
	TOTAL		105,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 5

EQUIPOS DE COMPUTACION			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Impresora multifuncional (Escáner , impresora, copiadora	65,00	65,00
1	CPU , Pentium 4, 3 GHZ 448 MB RAM	600,00	600,00
	TOTAL		665,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 6

UTENCILLOS DE COCINA OPERATIVOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
100	Tazas de café	0,50	50,00
100	vasos de vidrio	0,50	50,00
100	platos de café	0,50	50,00
100	cucharas pequeñas	0,60	60,00
4	Jarras grandes	15,00	60,00
	TOTAL		270,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 7

OTROS ACTIVOS	
CUADRO D 1	
Cargos Diferidos	CANTIDAD
Gastos Constitución	500,00
Gastos Estudios	500,00
Capacitación	2.000,00
Total	3000,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 8

OTROS ACTIVOS	
Cargos Diferidos	CANTIDAD}
Gastos Constitución	500,00
Gastos Estudios	500,00
Capacitación	2.000,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 9

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIP.	ANUAL	TRIMESTRAL
RESUMEN COSTOS OPERATIVOS	24.653,50	6.163,37
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS	13.027,56	3.256,89
RESUMES GASTOS VENTAS	11.896,92	2.974,23
GASTOS FINANCIEROS	5.450,00	1.362,50
TOTAL	55.027,98	13.757,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

El capital de trabajo está calculado para tres meses por las dificultades que pueden presentarse en los tres primeros meses de arranque al proyecto

CUADRO D 10

RESUMEN DE INVERSIONES		
NRO	DESCRIPCIÓN	P. TOTAL
	ADMINISTRATIVOS	
1	Edificio	50.000,00
2	BIENES MUEBLES ADMINISTRATIVOS	760,00
3	EQUIPOS DE OFICINA	105,00
4	EQUIPOS DE COMPUTACION	665,00
	SUBTOTAL	51.530,00
	OPERATIVOS	
4	BIENES MUEBLES OPERATIVOS	17.266,00
5	EQUIPOS OPERATIVOS	1.280,00
6	HERRAMIENTAS MENORES	62,00
7	UTENCILLOS DE COCINA OPERATIVOS	105,00
	SUMAN	18.713,00
	SUBTOTAL	70.243,00
12	ACTIVOS DIFERIDOS	3.000,00
13	CAPITAL DE TRABAJO	13.757,00
	TOTAL	87.000,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 11

CUADRO DE INVERSIONES		
CANTIDAD	DESCRIPCION	
1	Inversión Variable	13.757,00
2	Inversión Fija	70.243,00
3	Inversión Diferida	3.000,00
	TOTAL	87.000,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

5.2.-ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

CUADRO D 12

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
INV. PROPIA	37.000,00	42,53
INV. FINANCIERA	50.000,00	57,47
TOTAL	87.000,00	100,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 13

5.3. CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL

CÁLCULO DEL COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO						
DESCRIPCION	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO		
INV. PROPIA	37.000,00	42,53	7,00	297,70		
INV. FINANCIERA	50.000,00	57,47	12,00	689,66		
	87.000,00			987,36	9,87	0,100
TRM =	$(1+IF)(1+CK)-1$					
TRM=	$(1+0,0431)(1+0.010)-1$		0,1474	14,74	BASE INFLACION	

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CK = COSTO DE OPORTUNIDAD
IF = TASA DE INFLACIÓN

5.3.1 Determinación para el Costo Capital

La inversión proyectada es de 42,53 % para el capital propio y 57.47 %, para el capital financiado que se lo realizara con el Banco del Pacifico que esta con un interés del 12% anual para este tipo de proyectos.

Las tasas para el cálculo de la tasa de rendimiento medio es del 7% en capital propio que será el que proteja la inversión propia y el 12% en la tasa activa del interés bancario, y tomando en cuenta el 4.31 % de la inflación al cierre del último año.

5.4. PROYECCIÓN DE VENTAS COSTOS Y

5.4.1. Proyección De Ventas

La proyección de ventas está realizada en concordancia con los resultados obtenidos en el estudio de mercado, individualmente cada cliente deberá adquirir de acuerdo al paquete que ofrece la empresa.

CUADRO D 14

SERVICIOS	V. UNITARIO	PAQUETES ANUALES	TOTAL ANUAL
PAQUETE 1	594,00	12,00	7.128,00
PAQUETE 2	753,50	12,00	9.042,00
PAQUETE 3	973,50	10,00	9.735,00
PAQUETE 4	1.237,50	10,00	12.375,00
PAQUETE 5	753,50	10,00	7.535,00
PAQUETE 6	973,50	10,00	9.735,00
PAQUETE 7	1.237,50	8,00	9.900,00
PAQUETE 8	1.089,00	10,00	10.890,00
PAQUETE 9	1.474,00	8,00	11.792,00
TOTAL USD		90,00	88.132,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 15

PROYECCIÓN DE VENTAS POR PAQUETES					
SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	88.132,00	91.930,49	95.892,69	100.025,67	104.336,77
Total	88.132,00	91.930,49	95.892,69	100.025,67	104.336,77

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

5.4.2. Costos Operativos

Son los costos utilizados directamente en atención al cliente como son de servicios.

CUADRO D 16

DESCRIPCIÓN	SUELDO B. UN.	APORTE PATRONAL	F. RESERVA	DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CUARTO	HORAS SUPLM. Y EXTRAS	TOTAL
AUXILIAR DE SERVICIOS	320	38,88	26,656	26,67	20,00		432,20
AUXILIAR DE LIMPIEZA	320	38,88	26,656	26,67	20,00		432,20
TOTAL	640	77,76	53,312	53,33	40,00	0	864,41
ANUAL	7680	933,12	639,744	640	480	0	10372,864

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 17

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PERS. OPER	10.372,86	10.819,93	11.286,27	11.772,71	12.280,12
TOTAL	10.372,86	10.819,93	11.286,27	11.772,71	12.280,12

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 18

Costos directos Operativos				
Descripción	Tipo de medida	Cantidad	V. UNITARIO	V. TOTAL
Servicios Cremación	PRIMA	12	100,00	1.200,00
TOTAL Usd....				1.200,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 19

GASTOS LIMPIEZA ADMINISTRATIVOS				
Descripción	Tipo de medida	Cantidad	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	Unidad	6	2,50	15,00
Trapeador	Unidad	6	3,00	18,00
Recogedor	Unidad	3	3,00	9,00
Tachos de basura	Unidad	5	5,00	25,00
Desinfectante	Galones	12	4,00	48,00
Polvax	Galones	6	6,00	36,00
Vileda	Unidad	12	1,2	14,40
TOTAL USD.....				165,40

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 20

RESUMEN COSTOS OPERATIVOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO5	AÑO 5
Sueldos	10.372,86	10.819,93	11.286,27	11.772,71	12.280,12	12.809,39
Suministros y Materiales	165,40	172,53	179,96	187,72	195,81	204,25
Servicios Operativos	1.200,00	1.251,72	1.305,67	1.361,94	1.420,64	1.481,87
Insumos Operativos	-	-	-	-	-	-
Depreciación	144,70	144,70	144,70	144,70	144,70	144,70
TOTAL	11.882,96	12.388,88	12.916,61	13.467,08	14.041,27	14.640,21

CUADRO D 21

RESUMEN COSTOS OPERATIVOS	
Sueldos	10.372,86
Suministros y Materiales	165,40
Servicios Operativos	1.200,00
Depreciación	144,70
TOTAL	11.882,96

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

5.4.3. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos están dados en el proceso de funcionamiento de las actividades que se realizan en esta empresa.

CUADRO D 22

SUELDOS

DESCRIPCION	SUELDO B. UN.	APOORTE PATRONAL	F. RESERVA	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	HORAS SUPL Y EXTRAS	TOTAL
GERENTE	600	72,9	49,98	50,00	20,00		792,88
CONTADOR (A)	460	55,89	38,318	38,33	20,00		612,54
SECRETARIA	400	48,6	33,32	33,33	20,00		535,25
	1460,00	177,39	121,62	121,67	60,00	0,00	1940,67
ANUAL	17520	2128,68	1459,416	1460	720	0	23.288,10

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 23

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PER. ADMI	23.288,10	24.291,81	25.338,79	26.430,89	27.570,06
TOTAL	23.288,10	24.291,81	25.338,79	26.430,89	27.570,06

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 24

Suministros y Materiales				
Descripción	Tipo de medida	Cantidad	V. UNITARIO	V. TOTAL
Carpetas archivadoras	Unidad	5	2,80	14,00
Carpetas Simples	Unidad	20	0,25	5,00
Bolígrafos	Caja	1	5,20	5,20
Resaltadores	Unidad	2	0,50	1,00
Papel Bond	Resma	60	4,20	252,00
Clips	Caja	12	0,30	3,60
Borradores	Unidad	6	1,00	6,00
Grapadora	Unidad	1	8,00	8,00
Perforadora	Unidad	1	6,00	6,00
Cinta adhesiva	Unidad	3	5,10	15,30
Sellos	Unidad	2	6,00	12,00
Tinta Impresora	Unidad	6	21,00	126,00
Tonner	Unidad	1	70,00	70,00
Juego de reglas	Juego	1	1,20	1,20
Factúrelo	Unidad	6	9,00	54,00
Com. Retención	Unidad	6	30,00	180,00
Calculadora	Unidad	1	50,00	50,00
TOTAL USD.....				809,30

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 25

Servicios básicos				
Descripción	Tipo de medida	UNIDAD	MENSUAL	ANUAL
Energía eléctrica	Kw/h	1500	25,00	600,00
Agua potable	M ³	120	10,00	360,00
Teléfono			20,00	480,00
Internet	Plan mensual		20,00	240,00
TOTAL			75,00	1.680,00

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 26

RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos	23288,096
Servicios básicos	1.680,00
Suministros y Materiales	809,30
GASTOS LIMPIEZA ADMINISTRATIVOS	165,40
TOTAL	25.942,80

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

5.4.4. Gastos De Ventas

Los gastos de ventas son los que se utilizan en el marketing y atención de venta al cliente, aquí tenemos gastos de publicidad y recepción.

CUADRO D 27

DESCRIPCION	SUELDO B. UN.	APORTE PATRONAL	F. RESERVA	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	TOTAL
VENDEDOR	500	60,75	41,65	41,67	20,00	664,07
MENSUAL	500	60,75	41,65	41,67	20	664,07
ANUAL	6000,00	729,00	499,80	500,00	240,00	7.968,80

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 28

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PERS. VENTAS	7.968,80	8.312,26	8.670,51	9.044,21	9.434,02
TOTAL	7.968,80	8.312,26	8.670,51	9.044,21	9.434,02

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 29

PUBLICIDAD			
Descripción	Unidad	Val unit	TOTAL
Radio	650	2,55	1.655,32
PRENSA	65	30	1.950,00
HOJAS VOLANTES	500	0,36	178,12
TOTAL			3.783,44

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 30

RESUMES GASTOS VENTAS	
Sueldos	7.968,80
PUBLICIDAD	3.783,44
TOTAL	11.752,24

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

5.4.5. Gastos Financieros

El financiamiento se lo realizará con el Banco del Pacífico con un crédito por un valor de 50.000,00 dólares a una tasa de interés del 12 % y con un plazo de 60 meses.

CUADRO D 31

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
NRO	CAPITAL	M. CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
1	50.000,00	833,33	500,00	1.333,33	49.166,67
2	49.166,67	833,33	491,67	1.325,00	48.333,34
3	48.333,34	833,33	483,33	1.316,66	47.500,01
4	47.500,01	833,33	475,00	1.308,33	46.666,68
5	46.666,68	833,33	466,67	1.300,00	45.833,35
6	45.833,35	833,33	458,33	1.291,66	45.000,02
7	45.000,02	833,33	450,00	1.283,33	44.166,69
8	44.166,69	833,33	441,67	1.275,00	43.333,36
9	43.333,36	833,33	433,33	1.266,66	42.500,03
10	42.500,03	833,33	425,00	1.258,33	41.666,70
11	41.666,70	833,33	416,67	1.250,00	40.833,37
12	40.833,37	833,33	408,33	1.241,66	40.000,04
13	40.000,04	833,33	400,00	1.233,33	39.166,71
14	39.166,71	833,33	391,67	1.225,00	38.333,38
15	38.333,38	833,33	383,33	1.216,66	37.500,05
16	37.500,05	833,33	375,00	1.208,33	36.666,72
17	36.666,72	833,33	366,67	1.200,00	35.833,39
18	35.833,39	833,33	358,33	1.191,66	35.000,06
19	35.000,06	833,33	350,00	1.183,33	34.166,73
20	34.166,73	833,33	341,67	1.175,00	33.333,40
21	33.333,40	833,33	333,33	1.166,66	32.500,07
22	32.500,07	833,33	325,00	1.158,33	31.666,74
23	31.666,74	833,33	316,67	1.150,00	30.833,41
24	30.833,41	833,33	308,33	1.141,66	30.000,08

25	30.000,08	833,33	300,00	1.133,33	29.166,75
26	29.166,75	833,33	291,67	1.125,00	28.333,42
27	28.333,42	833,33	283,33	1.116,66	27.500,09
28	27.500,09	833,33	275,00	1.108,33	26.666,76
29	26.666,76	833,33	266,67	1.100,00	25.833,43
30	25.833,43	833,33	258,33	1.091,66	25.000,10
31	25.000,10	833,33	250,00	1.083,33	24.166,77
32	24.166,77	833,33	241,67	1.075,00	23.333,44
33	23.333,44	833,33	233,33	1.066,66	22.500,11
34	22.500,11	833,33	225,00	1.058,33	21.666,78
35	21.666,78	833,33	216,67	1.050,00	20.833,45
36	20.833,45	833,33	208,33	1.041,66	20.000,12
37	20.000,12	833,33	200,00	1.033,33	19.166,79
38	19.166,79	833,33	191,67	1.025,00	18.333,46
39	18.333,46	833,33	183,33	1.016,66	17.500,13
40	17.500,13	833,33	175,00	1.008,33	16.666,80
41	16.666,80	833,33	166,67	1.000,00	15.833,47
42	15.833,47	833,33	158,33	991,66	15.000,14
43	15.000,14	833,33	150,00	983,33	14.166,81
44	14.166,81	833,33	141,67	975,00	13.333,48
45	13.333,48	833,33	133,33	966,66	12.500,15
46	12.500,15	833,33	125,00	958,33	11.666,82
47	11.666,82	833,33	116,67	950,00	10.833,49
48	10.833,49	833,33	108,33	941,66	10.000,16
49	10.000,16	833,33	100,00	933,33	9.166,83
50	9.166,83	833,33	91,67	925,00	8.333,50
51	8.333,50	833,33	83,33	916,66	7.500,17
52	7.500,17	833,33	75,00	908,33	6.666,84
53	6.666,84	833,33	66,67	900,00	5.833,51
54	5.833,51	833,33	58,34	891,67	5.000,18
55	5.000,18	833,33	50,00	883,33	4.166,85
56	4.166,85	833,33	41,67	875,00	3.333,52
57	3.333,52	833,33	33,34	866,67	2.500,19
58	2.500,19	833,33	25,00	858,33	1.666,86
59	1.666,86	833,33	16,67	850,00	833,53
60	833,53	833,53	8,34	841,87	-
TOTAL \$		50.000,00	15.250,06	65.250,06	

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CAPITAL 50.0000,00
Interés 12%
Plazo 5 años

5.4.6. Capital Del Trabajo

El capital de trabajo está calculado para un año y trimestralmente, es decir en los tres primeros meses se necesitara dinero en efectivo para el normal funcionamiento del centro, mientras inicia el proyecto.

CUADRO D 32

CAPITAL DE TRABAJO		
	ANUAL	TRIMESTRAL
RESUMEN COSTOS OPERATIVOS	24.653,50	6.163,37
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS	13.027,56	3.256,89
RESUMES GASTOS VENTAS	11.896,92	2.974,23
GASTOS FINANCIEROS	5.450,00	1.362,50
TOTAL	55.027,98	13.757,00

Elaborado: por las autoras

El capital de trabajo que se necesita anualmente es de Usd.55.027.98 y para operar normalmente y asegurar el proyecto se determina en tres meses, tiempo en el cual ingresaran el efectivo por venta de servicios que es de USD. 13.757,00.

Se ha calculado para tres meses para evitar dificultades mientras arranca el proyecto por los tres primeros meses son los más difíciles del Proyecto.

5.4.7. DEPRECIACIONES

Todas las depreciaciones están cargadas al departamento correspondiente.

CUADRO D 33

NRO	DESCRIPCION	CANTIDAD	AÑOS DEPRECIACION	TANTO POR CIENTO	CUOTA DEPRECIACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	DEPRECIACION	SALDO LIBROS
	ADMINISTRATIVOS											
1	Edificio	50,000.00	A 20 AÑOS	5%	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	12,500.00	37,500.00
1	Bienes Muebles	760.00	A 10 AÑOS	10%	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	76.00	380.00	380.00
2	Equipos de Oficina	105.00	A 10 AÑOS	10%	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	52.50	52.50
3	Equipos de Computación	665.00	A 3 AÑOS	33.33%	221.64	221.64	221.64	121.68			564.96	100.04
	TOTAL				2,808.14	2,808.14	2,808.14	2,586.50	2,708.17	2,586.50	13,497.46	38,032.54

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

5.5. PROYECCION DE ESTADOS FINANCIEROS

BALANCE GENERAL			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
ACTIVO CORRIENTE	<u>13,757.00</u>	PASIVO LARGO PLAZO	50,000.00
<u>Activos disponibles</u>	13,757.00	Documentos por pagar	<u>50,000.00</u>
Caja-Bancos	<u>13,757.00</u>		
ACTIVO FIJO	<u>51,530.00</u>	TOTAL PASIVO	<u>50,000.00</u>
Administrativos			
Edificio	50,000.00		
Bienes Muebles	760.00		
Equipos de Oficina	105.00		
Equipos de Computación	665.00		
	<hr/>		
Operativos	<u>18,713.00</u>	PATRIMONIO	37,000.00
Bienes Muebles Operativos	17,266.00		
Equipos Operativos	1,280.00	Capital Propio	<u>37,000.00</u>
Herramientas Menores	62.00		
Utensilios de Cocina	105.00		
	<hr/>		
OTROS ACTIVOS	3,000.00		
<u>Cargos Diferidos</u>			
Gastos Constitución	500.00	TOTAL PATRIMONIO	<u>37,000.00</u>
Gastos Estudios	500.00		
Capacitación	2,000.00		
-			
	<hr/>		
TOTAL ACTIVO	87,000.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	87,000.00

BALANCE DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS PROYECTADAS	88.132,00	91.930,49	95.892,69	100.025,67	104.336,77
(-) Devolución ventas	-	-	-	-	-
(-) Descuento en ventas	-	-	-	-	-
VENTAS NETAS	88.132,00	91.930,49	95.892,69	100.025,67	104.336,77
(-) COSTO OPERACIONALES	11.882,96	12.388,88	12.916,61	13.467,08	14.041,27
UTILIDAD (PERDIDA) VENTAS	76.249,04	79.541,61	82.976,09	86.558,59	90.295,50
GASTOS ADMINISTRACION	29.350,96	30.469,10	31534,76	32.630,35	33.899,38
Sueldos	23.288,10	24.291,81	25.338,79	26.430,89	27.570,06
Servicios básicos	1.680,00	1.752,41	1.827,94	1.906,72	1.988,90
Suministros y Materiales	809,30	844,18	880,57	918,52	958,11
Gastos de Limpieza	165,40	172,53	179,96	187,72	195,81
Gastos depreciación	2.808,17	2808,14	2707,5	2.586,50	2.586,50
Gastos amortizaciones	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
GASTOS VENTAS	11.752,24	12.258,76	12.787,11	13.338,24	13.913,12
Gastos Personal	7.968,80	8.312,26	8.670,51	9.044,21	9.434,02
Gastos Publicidad	3.783,44	3.946,51	4.116,60	4.294,03	4.479,10
Gastos alimentación		-	-	-	-
Gastos depreciación					
Gastos amortizaciones					
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	35.145,83	36.813,75	38,654.22	40.590,00	42.483,01
(+/-) MOVIMIENTO FINANCIERO					
INGRESOS FINANCIEROS					
Intereses ganados	-	-	-	-	-
Comisiones ganadas	-	-	-	-	-
GASTOS FINANCIEROS	5450,00	4250,01	3.050,01	1.850,02	650,02
Intereses Pagados	5450,00	4250,01	3050,01	1850,02	650,02
Comisiones pagadas	-	-	-	-	-
OTROS GASTOS					
Pérdida de ventas en Activos fijos	-	-	-	-	-
Pérdida extraordinaria	-	-	-	-	-
UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO	29.695,83	32.563,74	35,604.20	38.739,98	41.832,98
Participación trabajadores	4.454,37	4.884,56	5.325,53	5.811,00	6.274,95
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	25.241,46	27.679,18	30,263.57	32.928,99	35.558,04
Impuesto a la renta	6.310,36	6.919,79	7,565.89	8.232,25	8.889,51
UTILIDAD O PERDIDA NETA	18.931,09	20.759,38	22,697.68	24.696,74	26.668,53

CUADRO D 34

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

El estado de Resultados proforma denominado estado de pérdidas y ganancias presenta los resultados de las operaciones que el proyecto tendrá durante cinco años, las ventas netas aparecen en la parte superior, después se incluyen los diferentes costos estimados para este proyecto, impuestos obtenidos obteniendo la utilidad neta y el flujo del efectivo.

5.6 FLUJO DE CAJA.

CUADRO D 35

FLUJO DE CAJA NETO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION	87,000.00					
Utilidad del Ejercicio		29,695.85	32,563.76	35,725.20	38,618.31	41,832.98
(+) Depreciaciones		2,808.14	2,808.14	2,586.50	2,708.17	2,586.50
(+) Amortizaciones		600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
(-) Participación de los trabajadores		4,454.38	4,884.56	5,358.78	5,792.75	6,274.95
(-) Impuestos a la Renta		6,310.37	6,919.80	7,591.61	8,206.39	8,889.51
(-) Reinversión						
(+) Recuperación venta activos						38,756.04
(+) Capital de Trabajo						13,757.00
FLUJO NETO	87,000.00	22,339.25	24,167.54	25,961.32	27,927.35	82,368.07

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 36

ANEXO RECUPERACION INVERSION

SALDO ACTIVOS	
CORRIENTES	38.756,04
CAPITAL TRABAJO	13.757,00
TOTAL	52.413,04

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 37

FLUJO DE CAJA CON PROTECCION						
DETALLE		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION	87,000.00					
Utilidad del Ejercicio		18,931.11	20,759.40	22,774.82	24,619.18	26,668.53
(+) Depreciaciones		2,808.14	2,808.14	2,586.50	2,708.17	2,586.50
(+) Amortizaciones		600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Otros						
TOTAL DE INGRESOS		3,408.14	3,408.14	3,186.50	3,308.17	3,186.50
Egresos						
Pago de deuda		10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
Otros						
(-) Total de egresos		10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
(+) Recuperación efectiva						13,757.00
(+) Recuperación Corriente						38,756.04
Flujo Neto	87,000.00	12,339.25	14,167.54	15,961.32	17,927.35	19,855.03

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

El flujo de caja con colchón se lo realiza con el objetivo de comprobar si el efectivo.

Alcanza para el pago de la deuda.

5.7 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

5.7.1. VAN (Valor Presente Neto)

El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo.

El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual.

Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
Años Flujos	FLUJOS NETOS.	FORMULA	FCA
1	22,339.25	,=G9/1,1474	19,469.45
2	24,167.54	,=G10/(1,1474)^2	18,357.05
3	25,961.32	,=G11/(1,1474)^3	17,186.29
4	27,927.35	,=G12/(1,1474)^4	16,112.77
5	82,368.07	,=G13/(1,1474)^5	41,417.57
	182,763.53		112,543.14

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

$$VPN = -I_o + \sum_{t=1}^n \frac{FFP_t}{(1+K)^t}$$

Dónde:

VPN = Valor presente neto

lo = Inversión inicial

t = número del período

$\sum_{t=1}^n$ = sumatoria del primer período (t) hasta el último período (n).

FFP = Flujos de fondos del proyecto

K = tasa de descuento (TMAR)

Al reemplazar la fórmula, considerando los flujos del proyecto, el valor presente neto es el siguiente:

FORMULA

VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS-INVERSION			
VAN =	112,543.14-87,000=	25,543.14	VAN

El resultado que se obtiene del VAN es positivo por lo tanto el proyecto es rentable.

Es importante tener en cuenta que el valor del Valor Presente Neto depende de las siguientes variables:

La inversión inicial previa, las inversiones durante la operación, los flujos netos de efectivo, la tasa de descuento y el número de periodos que dure el proyecto.

5.7.2 EL TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el **valor presente neto** a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los **flujos netos de efectivo** dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la **tasa de descuento**. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

CÁLCULO:

Tomando como referencia los proyectos A y B trabajados en el **Valor Presente Neto**, se reorganizan los datos y se trabaja con la siguiente ecuación:

$$VPN = 0 = \left(\frac{FE_1}{(1+K)^1} \right) + \left(\frac{FE_2}{(1+K)^2} \right) \dots + \left(\frac{FE_N}{(1+K)^N} \right) - Inversion$$

FE: Flujos Netos de efectivo; k=valores porcentuales

El TIR es el 24.11 % superándole a la tasa de descuento que es el 14.74 %, por lo tanto el proyecto es rentable.

CUADRO D 39

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
Años Flujos	FLUJOS NETOS.	POSITIVO	NEGATIVO
0	-87,000.00	-87,000.00	-87,000.00
1	22,339.25	18,310.86	18,015.52
2	24,167.54	16,237.26	15,717.70
3	25,961.32	14,297.08	13,616.38
4	27,927.35	12,606.38	11,812.53
5	82,368.07	30,476.12	28,096.39
	95,763.53	4,927.70	258.53

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

		TIR		
2%	4669.18	FINANCIERO	4927.70	
X	4927.70		<u>-258.53</u>	
			4669.18	
			<hr/>	
			9855.41	2.111
			4669.18	22
				24.11 TIR

COMPROBACION TIR Y VAN

INVERSION INICIAL	-87.000,00
RENDIMIENTO AÑO 1	22.339,26
RENDIMIENTO AÑO 2	24.167,55
RENDIMIENTO AÑO 3	26.041,67
RENDIMIENTO AÑO 4	27.883,24
RENDIMIENTO AÑO 5	82.268,03
COSTO CAPITAL	0,1474
VAN= 25.520,59	
SI ACEPTA EL PROYECTO	

TIR= 24,11%

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

5.7.3. Costo Beneficio

CUADRO D 41

PRESUPUESTO DE EGRESOS EMPRESA Dólares					
CONCEPTO/ ANOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PERSONAL					
Personal operativo	11.882,96	12.388,88	12.916,61	13.467,08	14.041,27
Personal administrativo	23.288,10	24.291,81	25.338,79	26.430,89	27.570,06
Personal de ventas	7.968,80	8.312,26	8.670,51	9.044,21	9.434,02
TOTAL PERSONAL	43.139,86	44.992,95	46.925,91	48.942,18	51.045,35
Gastos Operativos	2.009,30	2.095,90	2.186,23	2.280,46	2.378,75
Gastos Administrativos	2.654,70	2.769,12	2.888,47	3.012,96	3.142,82
Gastos de ventas	3.783,44	3.946,51	4.116,60	4.294,03	4.479,10
Gastos Financieros	5.450,00	4.250,01	3.050,01	1.850,02	650,02
TOTAL GASTOS	13.897,44	13.061,53	12.241,31	11.437,46	10.650,69
Depreciaciones	2.952,87	2.952,87	2.952,87	2.731,20	2.731,20
Amortizaciones	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Utilidades trabajadores	4.454,37	4.884,56	5.325,53	5.811,00	6.274,95
Impuesto Renta	6.310,36	6.919,79	7.544,50	8.232,25	8.889,51
TOTAL	71.354,91	73.411,71	75.590,12	77.754,09	80.191,70

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

CUADRO D 42

Años	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	88.132,00	71.354,91	76.810,18	62.188,35
2	91.930,49	73.411,71	69.828,04	55.761,65
3	95.892,69	75.590,12	63.480,59	50.040,37
4	100.025,67	77.754,09	57.710,13	44.860,47
5	104.336,77	80.191,70	52.464,22	40.323,22
TOTAL	480.317,63	378.302,52	320.293,17	253.174,06

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

$$\text{BENEFICIO COSTO} = \frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}} = \frac{320.293,17}{253.174,06} = 1,27 \quad \text{COSTO BENEFICIO}$$

POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,27 ES DECIR GANO 0,27

5.7.4. Recuperación De La Inversión

CUADRO D 43

Años Flujos	FLUJOS NETOS.	FCA
1	22.247,03	19.389,08
2	24.071,34	18.283,97
3	25.941,32	17.173,05
4	27.778,56	16.026,93
5	82.158,83	41.312,36
	182.197,07	112.185,39

ELABORADO: POR LAS AUTORAS

REC. INV. =	Flujo de Caja Actualizado	=	112.185,39	1,29	1,29	25,80
	Inversión		87.000,00		1,29	25,80
					1,29	25,80
					1,13	22,60
LA RECUPERACION LAS INVERSIÓN A FINALES DEL 4 AÑO						

5 100

5.7.5 Punto De Equilibrio

De acuerdo a los resultados el punto de equilibrio a partir del primer año tiene que tener una venta de servicios de 57.762.36 para ni ganar y ni perder, es decir que a partir de la venta de esta cantidad son las ganancias.

Se refiere a la cantidad o el monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso la utilidad es cero.

Para el análisis del punto de equilibrio se debe tomar en cuenta los siguientes rubros:

- Costos Fijos
- Costos Variables
- Ventas Totales

COSTOS FIJOS

Son aquellos costos que se esperan permanezcan a nivel constante cualquiera que sea el volumen de las operaciones, es decir, los costos fijos de la empresa, son la mano de obra indirecta, personal administrativo, personal de ventas y las depreciaciones necesarios para el desarrollo de las actividades empresariales.

COSTOS VARIABLES

Son aquellos costos que se esperan que varíen en proporción directa a un indicador de volumen. Entre los costos variables se encuentran: mano de obra directa, suministros, servicios y otros gastos, materia prima y mantenimiento de equipos.

VENTAS TOTALES

Son aquellos ingresos percibidos por la venta de los productos.

La fórmula que se utilizó para el cálculo del punto de equilibrio es la siguiente:

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

CUADRO D 44

PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS	88.132,00	91.930,49	95.892,69	100.025,67	104.336,77
COSTOS FIJOS					
Sueldos operativos	11.882,96	12.388,88	12.916,61	13.467,08	14.041,27
Personal administrativo	23.288,10	24.291,81	25.338,79	26.430,89	27.570,06
Personal de ventas	7.968,80	8.312,26	8.670,51	9.044,21	9.434,02
Gastos de ventas	3.783,44	3.946,51	4.116,60	4.294,03	4.479,10
Gasto amortización financieros intereses	5.450,00	4.250,01	3.050,01	1.850,02	650,02
Gastos Administrativos	1.049,70	1.095,36	1.143,01	1.192,73	1.244,61
Amortización Intangibles	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Depreciación	2.952,87	2.952,87	2.952,87	2.731,20	2.731,20
TOTAL COSTO FIJO	56.975,87	57.837,69	58.788,40	59.610,16	60.750,29
COSTOS VARIABLES					
Suministros y Materiales Operativos	-	-	-	-	-
Servicios Operativos	1.200,00	1.251,72	1.305,67	1.361,94	1.420,64
Insumos Operativos	-	-	-	-	-
TOTAL COSTO VARIABLE	1.200,00	1.251,72	1.305,67	1.361,94	1.420,64
PE DOLARES	57.762,36	58.636,08	59.599,91	60.433,01	61.588,88

FORMULA = PE = $\frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})}$ = $\frac{56975,87}{1 - (1200/88132)}$ = 57.762,36

CAPÍTULO 6

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

En este capítulo se definirá los impactos que ocasionaran la creación de este proyecto y su funcionamiento en el lugar determinado.

Comprende la identificación de los impactos y efectos que tiene el proyecto sobre determinar entonos, para lo cual se toma en cuenta los componentes de cada uno de los entornos.

La evaluación de los impactos está realizada mediante la utilización de la Matriz de Impactos de Entrada Simple y sobre la base de identificadores con una asignación de niveles de impactos para cada uno de ellos.

Seleccionamos los niveles de impacto numéricamente de acuerdo a la siguiente tabla:

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

Una vez asignado el nivel de Impacto por cada indicador de acuerdo a cada área a analizarse, se relazará la sumatoria de los niveles, la cual se

divide para el número de indicadores obteniendo de esta manera el nivel de impacto para cada área o ámbito analizado.

Después de cada matriz se deberá incluir el análisis y argumento de las razones y circunstancias por la que se asignó el valor correspondiente a cada indicador.

6.1. IMPACTO SOCIAL

ASPECTO SOCIAL	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mejorar el servicio al cliente							X
Nivel de vida						X	
Generación de Trabajo							X
Bienestar comunitario							X
TOTAL	0	0	0	0	0	2	9

Nivel de Impacto Social

$$11 / 4 = 2.75=3$$

Nivel de Impacto Social = **ALTO POSITIVO**

ANÁLISIS:

✓ **Mejorar el Servicio al Cliente**

Por considerar al cliente como la razón de ser de una empresa, es necesario tomar muy en cuenta la opinión y sugerencias de ellos, pues de esa manera se sabrá las preferencias y expectativas y hacia qué aspectos regirse con el objetivo de servir mejor y brindar servicios de calidad.

✓ **Nivel de Vida**

Con la implantación de este proyecto, el nivel de vida de los pobladores del cantón Otavalo mejorara, porque se generara plazas de trabajo y sobre todo porque Otavalo se encuentra en pleno desarrollo y necesita tener una empresa de esta índole que brinde diversas alternativas.

✓ **Generación de Trabajo**

La construcción de la empresa de Servicios Funerarios, fomentara fuentes de trabajo para las familias Otavaleña ya que se utilizara mano de obra calificada y no calificada local y se creara puestos de trabajo en la empresa que solventen las necesidades de aquellos que demanden de un salario para su subsistencia .

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

✓ **Bienestar comunitario**

La instalación de la microempresa de Servicios Funerarios, ayudara al progreso de la comunidad ya que la población se vinculara directa e indirectamente con el proyecto, a través de la creación de fuentes de trabajo

6.2 IMPACTO CULTURAL:

ASPECTOS CULTURAL	-3	-2	-1	0	1	2	3
Cultura empresarial							X
Preservación de los valores							X
Cultura de servicio							X
TOTAL	0	0	0	0	0	0	9

Nivel de Impacto Cultural

$$9 / 3 = 3$$

Nivel de Impacto cultural = **ALTO POSITIVO**

ANÁLISIS:

Al analizar la matriz, se pudo observar que el efecto del Impacto Cultural es Alto Positivo, en vista que en el ámbito cultural, este proyecto permite a los futuros empleados de esta empresa desplegar una cultura empresarial, que les ayude a defenderse con éxito en un mercado demasiado complejo como es el de la prestación de servicios funerarios en esos momentos de dolor.

Este proyecto promoverá la diversidad cultural de nuestros pueblos, como una instancia que refleja y conserva tradiciones y rituales representativos de nuestra cultura. Esto permitirá dar a conocer al mundo nuestra identidad, nuestros valores.

Fortalecerá aquella identidad cultural que se está perdiendo en la actualidad, debido a la copia de costumbres propias de otras culturas que cada vez van relegando las nuestras.

6.3 IMPACTO ECONOMICO:

ASPECTOS ECONOMICOS	-3	-2	-1	0	1	2	3
Rentabilidad							X
Reinversión					X		
Incremento de Ingresos						X	
Fuente de Trabajo							X
TOTAL	0	0	0	0	1	4	6

Nivel de Impacto Económico

$$11 / 4 = 2.75 = 3$$

Nivel de Impacto Económico = **ALTO POSITIVO**

ANÁLISIS:

✓ **Rentabilidad**

El proyecto generara utilidades que permitirán crecer como empresa y posicionarse en el mercado como una empresa líder en este tipo de servicios.

✓ **Reinversión**

Las utilidades generadas por el proyecto estarán destinadas en un porcentaje a la reinversión, en el cuidado perseverante de la

microempresa de servicios funerarios; sea esta en infraestructura u otras inversiones que permitan el crecimiento de la empresa.

✓ **Incremento de Ingresos**

Este proyecto promoverá un aumento significativo en los ingresos económicos de las personas que laboren en esta empresa, aumentando consiguientemente su poder adquisitivo de sus familias para comprar los bienes y servicios indispensables para alcanzar el buen vivir.

✓ **Fuente de Trabajo**

Este proyecto será una fuente de trabajo, debido a que por ser la única empresa que brindara este tipo de servicios funerario en la ciudad de Otavalo por lo que la demanda de los servicios será alta. Los trabajadores a lo largo de todo el año económico podrán tener un trabajo estable, lo que garantizará cierta estabilidad en la economía familiar.

6.4 IMPACTO ÉTICO:

ASPECTOS ÉTICO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Estructura ética							X
Proyecto solidario						X	
Políticas							X
TOTAL	0	0	0	0	0	2	6

Nivel de Impacto Ético

$$8/3 = 2.66 = 3$$

Nivel de Impacto Ético = **ALTO POSITIVO**

ANÁLISIS:

✓ **Estructura Ética**

Mediante la aplicación de una estructura ética empresarial basada en el ser humano y reconocida por quienes trabajan en la empresa, se contribuirá a crear una cultura organizacional basada en valores. Es decir, mientras brindemos un servicio efectivo y de acuerdo a lo ofrecido al cliente como valores estratégicos, demostraremos a los usuarios de los Servicios Funerarios Completos y a la competencia; que cumplimos a cabalidad nuestros compromisos de ser serios, oportunos y eficaces.

✓ **Proyecto solidario**

Todos los programas y acciones de carácter solidario en la empresa deben estar fundamentados en los intereses de la misma comunidad donde desarrolla su actividad y en sus principios y valores éticos. Evaluar al mismo tiempo los intereses comunitarios y la capacidad de la empresa para ayudar a cumplir sus intereses. Podemos enunciar algunos principios y acciones básicos que las empresas pueden adoptar para involucrarse con los intereses de su comunidad y buscar su bienestar social como son: contribuir al combate de la corrupción, promover el desarrollo sustentable,

ayudar a elevar el nivel de vida y cultivar una relación cercana y armoniosa con las autoridades locales.

✓ **Políticas**

Las políticas de apoyo solidario en la comunidad deben concentrarse en la búsqueda del progreso social, económico y educativo de sus habitantes con el fin de que tengan un beneficio concreto y duradero en el tiempo.

6.5 IMPACTO EMPRESARIAL:

ASPECTOS EMPRESARIAL	-3	-2	-1	0	1	2	3
Cobertura de nuevos mercado							X
Competencia						X	
Implantar nuevos servicios Funerarios							X
TOTAL	0	0	0	0	0	2	6

Nivel de Impacto Empresarial

$$8 / 3 = 2.67 = 3$$

Nivel de Impacto Empresarial = **ALTO POSITIVO**

ANÁLISIS:

✓ **Cobertura de Nuevos Mercados**

El excelente resultado de la creación de una empresa de servicios funerarios de esta índole en el Cantón de Otavalo, permitirá buscar nuevos mercados en los cantones de la

Provincia de Imbabura, que no se beneficien de las diferentes alternativas de servicios funerarios.

✓ **Competencia**

La empresa de servicios funerarios, es pionera en el Cantón Otavalo, lo cual provocara en el medio empresarial la competencia de similares empresas y esto obligara a que nuestra microempresa desarrolle nuevas estrategias y en busca del perfeccionamiento continuo de la calidad de nuestros servicios.

✓ **Implantar otros Servicios Funerarios**

La creación de la empresa de servicios funerarios de dichas características obtuvo buena acogida en el cantón Otavalo , lo que permitirá a futuro implantar servicios funerarios, de acuerdo a las necesidades y expectativas de la población, lo cual se realizara mediante un estudio detallado.

6.6 IMPACTO TECNOLÓGICO

ASPECTOS TECNOLÓGICO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Equipamiento Vigente							X
Mobiliario de punta						X	
Implantación de tecnología avanzada							X
TOTAL	0	0	0	0	0	2	6

Nivel de Impacto Tecnológico

$$8 / 3 = 2.67 = 3$$

Nivel de Impacto Tecnológico = **ALTO POSITIVO**

ANÁLISIS:

✓ **Equipamiento Vigente**

Nuestra empresa quiere ser la innovadora en lo que se refiere el equipamiento de nuestra empresa en el cantón Otavalo ya que en la actualidad existen funerarias que prestan servicios inadecuados, obsoletos y se dedican a una sola actividad no son servicios completos y actuales, como lo exige un cantón que está en constante crecimiento y necesita tecnología de punta para estar acorde con el mundo exterior.

✓ **Mobiliario de punta**

En nuestra empresa todo el mobiliario será de punta ya que queremos prestar un servicio de calidad como se merece la ciudadanía de Otavalo.

✓ **Implantación de tecnología avanzada**

Tenemos muchos planes inmediatos con lo que se refiere a tecnología ya que pretendemos crecer a pasos agigantados por la demanda alta y al no tener competencia ya que sería la primera en ofrecer servicio funerario completos es más fácil seguir invirtiendo en nueva tecnología como por ejemplo la cremación, carrosa entre otros.

CONCLUSIONES:

- ✓ Luego de haber realizado el Diagnóstico Situacional podemos concluir que en el Cantón Otavalo, no existe competencia en esta clase de Servicios Funerarios Completos, ya que no hay empresas que brinden asistencia Integral en caso de fallecimiento de una persona, sino solo locales que ofrecer servicios de forma individual.

- ✓ Habiendo realizado el análisis de la Situación actual del Cantón Otavalo podemos concluir que existen locales comerciales que brindan Servicios Funerarios exclusivamente de algún producto como son: Venta de Fétros o Alquiler de luminarias o Alquiler de Sala de velaciones, los demás requerimientos no son atendidos por estos locales, sino los familiares deben ocuparse de estos trámites.

- ✓ La falta de conocimiento en los Servicios Funerarios Completos no han permitido que el Cantón Otavalo se beneficie con una empresa que se dedique a la asistencia de Servicios Funerarios completos que se convierta en un apoyo para los dolientes en el caso de fallecimiento de un familiar.

- ✓ De acuerdo al Estudio de Mercado pudimos darnos cuenta que las empresas existentes trabaja con estrategias monótonas y tradicionales y en la actualidad contamos con estrategias de marketing, de comercialización que nos permitirán innovar los Servicios Funerarios Completos y ofrecer a la ciudadanía del Cantón Otavalo un equipo profesional, atención las 24 horas, comodidad en sus instalaciones,

- ✓ Se comprobó por medio del estudio de mercado que realizamos al cantón Otavalo, que requieren una empresa de servicios funerarios completos, porque no existe estos servicios y es necesario para mejorar dichos servicios en la comunidad, para la comodidad y facilidad para los dolientes y acompañantes es esos momentos de dolor y sobre todo encontrar estos servicios en un solo lugar.

- ✓ Analizada la situación económica de la población que fue el grupo de Investigación en edades comprendidas de 35 a 64 años de edad entre hombres y mujeres (31.227) el 79% (24.669) estarían dispuestos a pagar un valor de entre 500 y 1.000 dólares

- ✓ Por los resultados positivos que se obtuvo en el estudio económico financiero, se propone que se construya en el menor tiempo posible la empresa de Servicios Funerarios Completos, porque en el Cantón Otavalo no existe una empresa de esta índole.

- ✓ De acuerdo a los resultados obtenidos en el Estudio Económico Financiero nuestra empres Generara un VAN de 25,520.59 un TIR 24.13% llegando a la conclusión de que este proyecto si es viable.

RECOMENDACIONES:

- ✓ Es necesario crear la empresa legalmente constituida para cumplir no solo con las expectativas internas sino también con satisfacer las necesidades del cliente externo y con el propósito de que enfrente solidariamente el mercado actual de servicios funerarios.
- ✓ Atender la demanda insatisfecha para lograr la satisfacción de todos nuestros posibles clientes (24,669), en la parte social, económica, y tradicional.
- ✓ Plantear nuevas estrategias de marketing, comercialización y capacitación especializada al personal en lo que se refiere a la atención al cliente ya que deben saber que el cliente es la razón de ser de la empresa.
- ✓ Revolucionar el Sistema Funerario Integral, dando a conocer los nuevos servicios que brindaremos observando siempre mejoramiento de costos, precios y la calidad de los servicios
- ✓ Mejorar la calidad de los servicios e innovar, con el objetivo de satisfacer las expectativas de los usuarios en su totalidad y permitirá crecer como empresa y posicionarse en el mercado local.
- ✓ De acuerdo a la situación económica hemos decidido ofertar nuestros servicios por paquetes:

Servicio Básico

Servicio Básico Diferenciado

Servicio Estándar

Servicio Especial

Ofreceremos también Servicios A domicilio con las mismas características y Servicios de Cremación.

- ✓ Se recomienda la creación de la Empresa de Servicios Funerarios Completos en el Cantón Otavalo que a más de ser una empresa que cubrirá los todos los requerimientos en caso de una fallecimiento de una persona, y será el apoyo para los doliente, será una fuente de trabajo para algunas personas, permitiendo que el incremento de los ingresos familiares sean estables, brindando así la oportunidad de crecer con su familia junto a una empresa de visión futurista.

FUENTE DE INFORMACION

BIBLIOGRAFÍA

1. POSSO, Miguel Ángel. "Metodología para el Trabajo de Grado" Tesis y Proyectos. Tercera Edición. NINA Comunicaciones. Octubre 2006.
2. SOTO PASCO, Rogelio. "ÉTICA: La mejor estrategia para lograr el éxito". Editora PALOMINO. Perú, 2004.
3. COLECCIÓN L.N.S. "Metodología de la Investigación Científica". EDIBOSCO. Cuenca, 1998.
4. JARRÍN, Pedro Pablo. "Guía Práctica de Investigación Científica". ISBN, Segunda Edición. Quito, octubre, 1997.
5. Sala de Velación "Los Lirios". Quito, Ecuador.
6. EMPRESA MEMOPOZ CIA. LTDA. Cuenca, Ecuador.
7. LEIVA ZEA, Francisco. "Nociones de Metodología de Investigación Científica". Tercera Edición. Quito, 1984.
8. INEC, CONADE, CELADE, 2005-2010, Ecuador: Estimaciones y Proyecciones de la Población.
9. KOONTZ, Harold, 1999, Administración una Perspectiva Global, Edición Ingramex México.
10. BOMBÍN, María Josefa. Finanzas De Las Empresas Y Ramas De La Economía Nacional/ María Josefa Bombín, Cenía Montero, Anielka Montoya.- - Camaguey: Editorial Facultad de Economía, 1987.- - 82p.

LINCOGRAFÍA

1. aalpar@epm.net.co
2. www.memorial.com
3. www.loslirios.com
4. <http://sauteir.tripod.com/econociencias/id14htm>
5. www.inec.gov.ec
6. <<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>>
7. <<http://www.tradeon.com.ar/ayuda/ciclo/AYUDA/marketing/1concepto.htm>>¹

<<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/ADMORN.HTM>>

8. < <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>>

9. <http://negociosi.com/tipos-de-empresas.html>

10. <http://www.geocities.com/miguelalatrisha/FUNDAMENTOSDECONTABILIDADAD.htm>

11. <http://www.uas.mx/cursoswebct/presupuestos/lec1.htm>

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA:

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CRECION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO
EXEQUIALES INTEGRALES EN EL CANTON OTAVALO**

La presente encuesta tiene por objetivo recabar información sobre este estudio para establecer la factibilidad para la creación de un establecimiento de servicios Exequiales en el cantón Otavalo, la información que usted nos brinde será muy valiosa para el proyecto de inversión por lo que le solicito cordialmente contestar las siguientes preguntas de manera veraz y sincera para que la información sea confiable y consistente.

1.- Conoce usted establecimientos de servicios exequiales en el cantón Otavalo.

Si ()

No ()

Cuales:

.....
.....
.....

2.- En caso de Fallecimiento de una familiar por qué razones usted visita estos establecimientos de servicios exequiales.

Cercanos ()

Servicio adecuado ()

Instalaciones cómodas ()

Ambiente agradable ()

Precios cómodos ()

Otros.....

3.- Que servicios ha utilizado usted en los establecimientos de servicios exequiales que conoce en el Cantón Otavalo.

1.....

2.....

3.....

4.- Le parece que es suficiente los servicios exequiales y la calidad que actualmente brindan en el Cantón Otavalo.

Si ()

No ()

5.- Estaría de acuerdo que se cree un establecimiento de servicios exequiales en el cantón Otavalo.

Si ()

No ()

6.- Que servicios le gustaría a usted que le brinde este nuevo establecimiento de servicios exequiales.

Carrosa ()

Bar restaurant ()

Comunicaciones ()

Área infantil ()

Salas de velaciones ()

Maquillaje ()

Trámites legales ()

Otros.....

7.- De sus ingresos, cuanto estaría en posibilidad de disponer para el servicio exequial cuando usted lo necesite.

De 500 a 1000 dólares ()

De 1000 a 2000 dólares ()

De 2000 a 3000 dólares ()

Más ()

8.- Depositaria usted la confianza en una empresa que le ofrezca cubrir todos los aspectos en caso de fallecimiento de un familiar.

Si ()

No ()

9.- Cree usted que con la creación de este establecimiento de servicios exequiales integrales se solucionará en parte los problemas en esos momentos de dolor.

Si ()

No ()

ANEXO 2

ENTREVISTA:

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS O ADMINISTRADORES DE LOS SERVICIOS EXEQUIALES DEL CANTÓN OTAVALO.

CANTÓN. OTAVALO

- 1.- Cuantos Años Presta Usted El Servicio De Funeraria?
- 2.- Con Que Implementos Cuenta Usted Para Brindar El Servicio De Funeraria?
- 3.- Usted Cubre Toda La Necesidad De La Ciudadanía Del Cantón Otavalo?
- 4.- Si Su Negocio Es Familiar Y Está Ubicado En Varios Lugares, Cubre Así Los Requerimiento De Las Persona En Caso De Necesitar Estos Servicios?
- 5.- Si Su Negocio Es Familiar En El Cantón Otavalo, No Tiene Competencia Significativa En Su Actividad?
- 6., La Actividad Que Usted Realiza Es Rentable?
- 7.- Hay Valores Agregados Que Usted Brinda En Su Servicio De Funeraria?
- 8.- Su servicio se limita solo a la venta de las urnas y alquiler de funeraria?
- 9.- Cree que el servicio funerario que brindan en otra ciudades es competencia para su negocio?

CUADROS INEC

ESTADISTICAS POBLACIONALES

PROVINCIAS Y CANTONES	AÑO 2001			AÑO 2002			AÑO 2003			AÑO 2004		
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL
IBARRA	156,127	109,969	46,158	158,085	112,763	45,322	161,830	118,116	43,714	165,682	123,619	42,063
ANTONIO ANTE	36,728	18,010	18,718	37,189	18,467	18,722	38,070	19,344	18,726	38,976	20,245	18,731
COTACACHI	37,913	7,588	30,325	38,387	7,781	30,606	39,297	8,150	31,147	40,232	8,530	31,702
OTAVALO	91,877	31,374	60,503	93,029	32,171	60,858	95,234	33,698	61,536	97,502	35,269	62,233
PIMAMPIRO	13,651	4,716	8,935	13,822	4,835	8,987	14,150	5,065	9,085	14,486	5,301	9,185
SAN MIGUEL DE URCUQUI	14,650	2,833	11,817	14,834	2,905	11,929	15,185	3,043	12,142	15,547	3,185	12,362

ESTADISTICAS POBLACIONES

PROVINCIAS Y CANTONES	AÑO 2005			AÑO 2006			AÑO 2007		
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL
IBARRA	169,320	128,815	40,505	172,853	134,067	38,786	176,928	140,095	36,833
ANTONIO ANTE	39,832	21,096	18,736	40,663	21,957	18,706	41,622	22,944	18,678
COTACACHI	41,116	8,888	32,228	41,974	9,251	32,723	42,963	9,667	33,296
OTAVALO	99,641	36,751	62,890	101,721	38,250	63,471	104,119	39,969	64,150
PIMAMPIRO	14,805	5,525	9,280	15,113	5,749	9,364	15,470	6,007	9,463
SAN MIGUEL DE URCUQUI	15,888	3,318	12,570	16,220	3,454	12,766	16,602	3,609	12,993

ESTADISTICAS POBLACIONES

PROVINCIAS Y CANTONES	AÑO 2008			AÑO 2009			AÑO 2010		
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL
IBARRA	180,760	145,774	34,986	184,378	151,146	33,232	187,706	156,102	31,604
ANTONIO ANTE	42,523	23,874	18,649	43,374	24,754	18,620	44,157	25,565	18,592
COTACACHI	43,894	10,058	33,836	44,772	10,429	34,343	45,580	10,771	34,809
OTAVALO	106,373	41,589	64,784	108,504	43,122	65,382	110,461	44,536	65,925
PIMAMPIRO	15,805	6,251	9,554	16,122	6,481	9,641	16,412	6,694	9,718
SAN MIGUEL DE URCUQUI	16,962	3,755	13,207	17,301	3,894	13,407	17,614	4,021	13,593

ECUADOR: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN POR PROVINCIAS, SEGÚN GRUPOS DE EDAD

PERÍODO 2001 - 2010

AÑO 2010

GRUPOS DE EDAD	TOTAL PAÍS	P R O V I N C I A S										
		AZUAY	BOLÍVAR	CAÑAR	CARCHI	COTOPAXI	CHIMBO-RAZO	EL ORO	ESME-RALDAS	GUAYAS	IMBABURA	LOJA
TOTALES	14,204,900	714,341	185,049	234,467	171,943	423,336	461,268	642,479	460,668	3,744,351	421,930	446,809
< 1 año	285,768	14,851	3,739	4,929	3,229	8,884	9,330	11,913	9,408	71,424	8,402	9,335
1 - 4	1,143,176	58,885	16,122	21,216	13,194	37,127	39,479	49,970	42,314	279,029	35,599	38,601
5 - 9	1,436,738	74,044	20,892	26,634	17,379	48,511	52,047	63,687	53,596	346,610	44,431	49,992
10 - 14	1,440,171	76,684	21,291	28,215	18,290	47,939	52,402	63,989	54,416	343,878	45,223	51,488
15 - 19	1,372,730	75,386	18,100	25,810	16,093	41,538	44,931	63,188	46,008	342,756	39,986	45,012
20 - 24	1,302,452	64,713	13,992	19,114	13,510	35,380	35,835	57,790	40,080	361,908	35,245	34,504
25 - 29	1,190,993	54,760	12,569	15,140	13,748	31,446	31,759	54,967	34,504	335,816	32,614	29,295
30 - 34	1,065,219	47,556	11,228	13,756	12,963	27,593	28,459	50,068	31,105	304,451	29,867	26,945

35 - 39	951,023	42,347	10,318	12,335	11,375	24,795	26,140	45,473	28,498	272,022	26,601	25,330
40 - 44	847,633	38,635	9,719	11,443	9,723	21,995	24,142	39,988	26,123	243,862	22,881	23,851
45 - 49	732,108	33,811	8,707	10,530	8,325	19,744	23,134	33,538	22,511	207,521	20,379	22,432
50 - 54	624,515	31,146	8,384	10,185	7,545	18,398	21,043	28,794	18,186	169,783	19,020	20,190
55 - 59	529,600	28,499	7,959	9,629	7,352	16,786	19,744	23,472	15,300	138,661	17,244	19,003
60 - 64	386,367	21,420	6,527	7,716	5,755	13,004	15,634	17,055	11,327	96,074	13,084	15,035
65 - 69	304,808	16,946	5,254	5,925	4,750	10,432	12,975	13,269	9,196	77,748	10,883	12,570
70 - 74	240,246	13,867	4,193	4,941	3,699	8,084	10,400	10,265	6,763	61,355	8,518	9,436
75 - 79	177,156	10,770	3,149	3,612	2,690	6,229	7,692	7,583	5,086	44,564	6,438	7,083
80 y más	174,197	10,021	2,906	3,337	2,323	5,451	6,122	7,470	6,247	46,889	5,515	6,707

FOTOS: CARROZA



SERVICIOS ADICIONALES



LIBROS DE FIRMAS



PORTA DOCUMENTOS



TARJETEROS

