



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE GRADO

Tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD A PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS FUNERARIOS, AL ESTILO COLONIAL Y MODERNO, EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

AUTORA:

Bernal Burbano Gabriela Patricia

DIRECTORA DE TESIS

Ing. Ligia Beltrán

OCTUBRE, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS FUNERARIOS AL ESTILO COLONIAL Y MODERNO EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”**. Tiene por finalidad brindar servicios funerarios personalizados, oportunos y de calidad a la ciudadanía. Su elaboración se la realizó mediante el procedimiento metodológico ideal para la ejecución de proyectos productivos.

Los hallazgos del presente trabajo se resumen en: diagnóstico del entorno del proyecto, para determinar la situación histórica y actual de los servicios funerarios que se brindan en la ciudad. Después se realizó el desarrollo de las bases teóricas y científicas con el objeto de fundamentar el presente informe. En el estudio de mercado se procedió a establecer los requerimientos necesarios para la prestación de este servicio, además se determinó el nivel de insatisfacción por parte de los ciudadanos sobre los servicios que ya se prestan en la ciudad. En el estudio técnico se determinó la localización exacta de la empresa, así como la inversión necesaria para la puesta en marcha de la funeraria cubriendo todas las necesidades para la atención al cliente. La evaluación financiera permite establecer los ingresos y gastos que tendrá la empresa, además del establecimiento de indicadores para determinar la factibilidad del proyecto. El análisis de la estructura organizacional ayuda a determinar funciones, obligaciones, normas, reglas y procedimientos los cuales serán de vital cumplimiento por parte del personal que laborara en la empresa. Por último se realizó un estudio de los posibles impactos que se generara su ejecución tales como: social, económico, ambiental y ético, generados en la ejecución del presente proyecto para determinar si afecta positiva o negativamente.

EXECUTIVE SUMMARY

This report called: **"FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A COMPANY FUNERAL SERVICES IN STYLES COLONIAL AND MODERN IN CITY OF TULCÁN, PROVINCE OF CARCHI"** aims to provide personalized, timely and quality service to the public funeral services. Its development was performed using an ideal methodological procedure for the implementation of productive projects.

The findings of this study are summarized as: situational analysis of the project to determine the historical and current situation of funeral services provided in the city. After that, the theoretical and scientific bases were developed in order to substantiate this report.

In the marketing study, the needed requirements to offer this service were established; furthermore, the level of dissatisfaction on the part of citizens about the services already provided in the city was determined. In the technical study the perfect location of the company was determined, as well as the necessary investment for the implementation of the funeral services to cover the customer needs. The financial evaluation allows establishing the incomes and expenses that the company will have, and the establishment of indicators to determine project feasibility. The organizational structure analysis helps to determine roles, responsibilities, norms, rules and procedures which will be of vital compliance by the personnel working in the company. Finally a study of possible social, economic, environmental and ethic impacts generated from the execution of this project was carried out to determine if it affects positively or negatively.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

En la ciudad de Tulcán a los dieciocho días del mes de octubre del dos mil

Yo, GABRIELA PATRICIA BERNAL BURBANO, con cédula de identidad Nro. 040151623-2, declaro bajo juramento que el contenido descrito en el presente trabajo es de mi autoría: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS FUNERARIOS AL ESTILO COLONIAL Y MODERNO EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI"**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional; y, que he respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En fe de lo cual se firmó a los dieciocho días del mes de octubre del dos mil

Gabriela Bernal

C.I.: 040151623-2

INGENIERA DIGNA BELTRÁN

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO.

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada, Gabriela Patricia Bernal Burbano, para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CPA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS FUNERARIOS AL ESTILO COLONIAL Y MODERNO EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”**.

Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los dieciocho días del mes de octubre del dos mil catorce.



INGENIERA LIGIA BELTRÁN
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Gabriela Patricia Bernal Burbano, con cédula de identidad Nro. 040151623-2, 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 del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS FUNERARIOS AL ESTILO COLONIAL Y MODERNO EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CPA, 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.

En la ciudad de Ibarra a los dieciocho días del mes de octubre de dos mil catorce

Gabriela Bernal



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
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, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CEDULA DE IDENTIDAD:	040151623-2
APELLIDOS Y NOMBRES:	Bernal Burbano Gabriela Patricia
DIRECCIÓN:	Tulcán, Av. Veintimilla y Av. Universitaria.
EMAIL:	gpaty2603@hotmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0968060478

DATOS DE LA OBRA	
TITULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS FUNERARIOS AL ESTILO COLONIAL Y MODERNO EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI
AUTOR:	Bernal Burbano Gabriela Patricia
FECHA:	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSTGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA.
ASESOR/DIRECTOR:	Ing. Ligia Beltrán

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Gabriela Patricia Bernal Burbano, con cédula de identidad Nro. 040152623-2, en calidad de autora y titular 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 coma para a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los dieciocho días del mes de octubre de dos mil catorce.

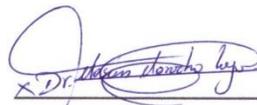
EL AUTOR



Gabriela Bernal

C.I.: 040151623-2

ACEPTACIÓN



Ing. Bethy Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios por darme salud y vida para cumplir mis metas.

A mis padres quienes con su amor incondicional han sabido guiarme y apoyarme, brindándome consejos para superar los retos que se presentaron en mi vida estudiantil y así culminar esta etapa de mi vida profesional.

Gabriela Bernal

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a mis padres porque ellos me guían por el camino correcto hacia la culminación de mis metas.

A la Universidad Técnica del Norte por haberme dado la oportunidad de continuar mis estudios superiores y culminar esta etapa de mi vida.

A la Ingeniera Ligia Beltrán por la ayuda prestada durante la elaboración del presente trabajo, y a todos mis maestros quienes impartieron su conocimiento conmigo a lo largo de mi vida estudiantil.

A mi familia quienes a lo largo de mi carrera me apoyaron con sus consejos para superar las barreras que se me presentaban.

Gabriela Bernal

PRESENTACIÓN

El presente proyecto, comprenderá el “Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa de Servicios Funerarios al estilo Colonial y Moderno en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi”, con la finalidad de facilitar el proceso de duelo al que están expuestas las personas por la pérdida de seres queridos. Adicionalmente se contribuirá al desarrollo socio-económico del sector.

El proyecto se encuentra dividido en siete capítulos, de la siguiente manera:

El entorno actual del sector en donde se establecerá la empresa se lo analizará en el Capítulo I, del presente proyecto a través de la realización del Diagnóstico Situacional correspondiente, el cual permitirá identificar el sector económicamente activo y la situación actual del servicio que se desea prestar, para determinar los posibles aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que tendrá la empresa.

Las bases teóricas y científicas que fundamentarán el proyecto se presentarán en el Capítulo II, mediante la recolección de datos bibliográficos.

El estudio de mercado se realizará en el Capítulo III, el cual permitirá determinar la prefactibilidad del proyecto a través del análisis de variables como: demanda, oferta, precio y promoción de los servicios funerarios, los posibles usuarios y la búsqueda de un posicionamiento de la empresa en el mercado existente.

Se realizará un estudio técnico, con la finalidad de determinar la macrolocalización y microlocalización del proyecto, el tamaño, la tecnología a utilizar, así también la ingeniería del proyecto permitiéndole a la empresa ofrecer un producto óptimo y rentable; dicho estudio se realizará en el capítulo IV del presente proyecto.

En el Capítulo V, se elaborará la Estructura Organizacional de la Empresa de Servicios Funerarios en la Ciudad de Tulcán, la determinación de los aspectos legales, misión y visión de la empresa, objetivos, estructura orgánica y funcional, la determinación de políticas, los valores permitiendo realizar una distribución adecuada de las funciones, para un buen accionar de la institución.

Se efectuará un estudio financiero, mismo que se detallará en el capítulo VI del presente proyecto en el cual se determinará la inversión necesaria para la ejecución del proyecto así como su recuperación, el análisis de Estados Financieros, la rentabilidad a obtener y actividades financieras que llevarán a determinar la factibilidad económica del proyecto.

El estudio de los principales impactos que genere el proyecto se detallará en el Capítulo VII, describiendo los impactos en el ámbito social, económico, ambiental y ético.

Una vez finalizada la realización del proyecto se elaborará las conclusiones y recomendaciones a las cuales se llegará después de realizada la investigación.

ÍNDICE GENERAL

Resumen ejecutivo	¡Error! Marcador no definido.
Executive summary.....	¡Error! Marcador no definido.
Declaración de autoría.....	¡Error! Marcador no definido.
Certificación del asesor.....	¡Error! Marcador no definido.
Universidad Técnica del Norte	¡Error! Marcador no definido.
Cesión de derechos de autor del trabajo de grado a favor de la Universidad Técnica del Norte.....	¡Error! Marcador no definido.
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte.....	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria.....	10
Agradecimiento.....	11
Presentación	12
Índice general	14
Índice de tablas.....	21
Índice de ilustraciones	26
Índice de gráficos.....	26
Índice de abreviaturas.....	28
Introducción	30
Justificación	31
Objetivos.....	32
Objetivo general.....	32
Objetivos específicos	32
Capítulo I	¡Error! Marcador no definido.

1	Diagnóstico situacional.....	¡Error! Marcador no definido.
1.1	Antecedentes.....	¡Error! Marcador no definido.
1.2	Objetivos	¡Error! Marcador no definido.
1.2.1	Objetivo general	¡Error! Marcador no definido.
1.2.2	Objetivos específicos.....	¡Error! Marcador no definido.
1.3	Variables diagnósticas.....	¡Error! Marcador no definido.
1.4	Indicadores de las variables	¡Error! Marcador no definido.
1.5	Matriz de relación diagnóstica	¡Error! Marcador no definido.
1.6	Mecánica operativa	¡Error! Marcador no definido.
1.7	Desarrollo de las variables diagnósticas	¡Error! Marcador no definido.
1.7.1.	Antecedentes históricos.	¡Error! Marcador no definido.
1.7.2.	Situación demográfica	¡Error! Marcador no definido.
1.7.3.	Aspecto socio-económico.....	¡Error! Marcador no definido.
1.7.4.	Aspectos culturales	¡Error! Marcador no definido.
1.8.	Entrevista	¡Error! Marcador no definido.
1.9.	Matriz A.O.O.R.	¡Error! Marcador no definido.
1.10.	Identificación de la Oportunidad	¡Error! Marcador no definido.
	Capítulo II	¡Error! Marcador no definido.
2.	Marco teórico.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1.	La Empresa	¡Error! Marcador no definido.
2.1.1.	Características de la empresa	¡Error! Marcador no definido.
2.1.2.	Objetivos que persigue una empresa .	¡Error! Marcador no definido.
2.1.3.	El entorno empresarial	¡Error! Marcador no definido.

- 2.2. Clasificación de las empresas ¡Error! Marcador no definido.
- 2.3. Servicio..... ¡Error! Marcador no definido.
- 2.3.1. Características de los servicios ¡Error! Marcador no definido.
- 2.4. Servicios funerarios ¡Error! Marcador no definido.
- 2.4.1. Funeraria ¡Error! Marcador no definido.
- 2.4.2. Tipos de servicios funerarios ¡Error! Marcador no definido.
- 2.5. Estudio de mercado..... ¡Error! Marcador no definido.
- 2.5.1. Definición..... ¡Error! Marcador no definido.
- 2.5.2. Mercado ¡Error! Marcador no definido.
- 2.5.3. Demanda ¡Error! Marcador no definido.
- 2.5.4. Oferta ¡Error! Marcador no definido.
- 2.5.5. Precio ¡Error! Marcador no definido.
- 2.5.6. Plaza ¡Error! Marcador no definido.
- 2.5.7. Promoción ¡Error! Marcador no definido.
- 2.5.8. Comercialización ¡Error! Marcador no definido.
- 2.6. Administración ¡Error! Marcador no definido.
- 2.6.1. Proceso administrativo ¡Error! Marcador no definido.
- 2.7. Estudio Técnico ¡Error! Marcador no definido.
- 2.7.1. Localización óptima del proyecto..... ¡Error! Marcador no definido.
- 2.7.2. Presupuesto técnico ¡Error! Marcador no definido.
- 2.8. Estudio financiero ¡Error! Marcador no definido.
- 2.8.1. Estados financieros ¡Error! Marcador no definido.
- 2.9. Técnicas de evaluación del proyecto.. ¡Error! Marcador no definido.
- 2.9.1. Valor actual neto (VAN) ¡Error! Marcador no definido.

2.9.2.	Tasa interna de retorno (TIR)	¡Error! Marcador no definido.
2.9.3.	Periodo de recuperación de la inversión	¡Error! Marcador no definido.
2.9.4.	Relación beneficio - costo	¡Error! Marcador no definido.
	Capítulo III	¡Error! Marcador no definido.
3.	Estudio de mercado.....	¡Error! Marcador no definido.
3.1.	Finalidad del estudio.....	¡Error! Marcador no definido.
3.2.	Objetivos	¡Error! Marcador no definido.
3.2.1.	Objetivo general	¡Error! Marcador no definido.
3.2.2.	Objetivos específicos.....	¡Error! Marcador no definido.
3.3.	Identificación del servicio.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.	Mecánica operativa	¡Error! Marcador no definido.
3.4.1.	Identificación de la población.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.2.	Determinación de la muestra.....	¡Error! Marcador no definido.
3.5.	Tabulación y análisis de la encuesta ..	¡Error! Marcador no definido.
3.6.	Segmentación.....	¡Error! Marcador no definido.
3.7.	Mercado meta.....	¡Error! Marcador no definido.
3.8.	Análisis de la demanda	¡Error! Marcador no definido.
3.9.	Proyección de la demanda	¡Error! Marcador no definido.
3.10.	Análisis de la oferta	¡Error! Marcador no definido.
3.11.	Proyección de la oferta.....	¡Error! Marcador no definido.
3.12.	Demanda insatisfecha	¡Error! Marcador no definido.
3.13.	Precio	¡Error! Marcador no definido.
3.14.	Determinación de precios.....	¡Error! Marcador no definido.

3.15.	Proyección de precios	¡Error! Marcador no definido.
3.16.	Análisis de la competencia	¡Error! Marcador no definido.
3.17.	Servicio.....	¡Error! Marcador no definido.
3.18.	Plaza	¡Error! Marcador no definido.
3.19.	Estrategias de comercialización	¡Error! Marcador no definido.
Capítulo IV		¡Error! Marcador no definido.
4.	Estudio técnico	¡Error! Marcador no definido.
4.1.	Localización de la empresa	¡Error! Marcador no definido.
4.1.1.	Macrolocalización	¡Error! Marcador no definido.
4.1.2.	Microlocalización	¡Error! Marcador no definido.
4.2.	Tamaño del proyecto.....	¡Error! Marcador no definido.
4.2.1.	Factores determinantes.....	¡Error! Marcador no definido.
4.2.	Prestación del servicio.....	¡Error! Marcador no definido.
4.3.	Ingeniería del Proyecto.....	¡Error! Marcador no definido.
4.3.1.	Infraestructura física	¡Error! Marcador no definido.
4.3.2.	Distribución de la planta	¡Error! Marcador no definido.
4.3.3.	Equipamiento.....	¡Error! Marcador no definido.
4.3.4.	Inversiones	¡Error! Marcador no definido.
4.3.5.	Capital de trabajo	¡Error! Marcador no definido.
4.3.6.	Financiamiento	¡Error! Marcador no definido.
Capítulo V		¡Error! Marcador no definido.
5.	Estudio financiero	¡Error! Marcador no definido.
5.1	Presupuesto de ingresos.....	¡Error! Marcador no definido.
5.2	Determinación del precio.....	¡Error! Marcador no definido.

5.3	Presupuesto de egresos.....	¡Error! Marcador no definido.
5.3.1	Gastos administrativos	¡Error! Marcador no definido.
5.3.2	Gasto de ventas	¡Error! Marcador no definido.
5.3.3	Depreciación.....	¡Error! Marcador no definido.
5.3.4	Gasto financieros.....	¡Error! Marcador no definido.
5.4	Estado de situación financiera inicial..	¡Error! Marcador no definido.
5.5	Estado de resultados proyectado	¡Error! Marcador no definido.
5.6	Flujo de caja proyectado	¡Error! Marcador no definido.
5.7	Evaluación financiera	¡Error! Marcador no definido.
5.7.1	Determinación del costo de oportunidad y tasa redescuento ...	¡Error! Marcador no definido.
5.7.2	Valor actual neto (VAN).....	¡Error! Marcador no definido.
5.7.3	Tasa interna de retorno (TIR)	¡Error! Marcador no definido.
5.7.4	Costo – beneficio.....	¡Error! Marcador no definido.
5.7.5	Periodo de recuperación de la inversión.	¡Error! Marcador no definido.
5.8	Punto de equilibrio.....	¡Error! Marcador no definido.
5.9	Análisis de sensibilidad	¡Error! Marcador no definido.
	Capitulo VI	¡Error! Marcador no definido.
6.	Estructura organizacional	¡Error! Marcador no definido.
6.1.	Propuesta organizativa	¡Error! Marcador no definido.
6.1.1.	Tramite de constitución	¡Error! Marcador no definido.
6.1.2.	Misión	¡Error! Marcador no definido.
6.1.3.	Visión.....	¡Error! Marcador no definido.
6.1.4.	Valores corporativos.....	¡Error! Marcador no definido.

6.1.5.	Objetivos organizacionales.....	¡Error! Marcador no definido.
6.1.6.	Políticas Empresariales	¡Error! Marcador no definido.
6.2.	Organigrama estructural.....	¡Error! Marcador no definido.
6.3.	Manual de funciones	¡Error! Marcador no definido.
	Capítulo VII	¡Error! Marcador no definido.
7.	Análisis de impactos.....	¡Error! Marcador no definido.
7.1.	Impacto Social.....	¡Error! Marcador no definido.
7.2.	Impacto económico	¡Error! Marcador no definido.
7.3.	Impacto cultural	¡Error! Marcador no definido.
7.4.	Impacto ético	¡Error! Marcador no definido.
7.5.	Impactos generales	¡Error! Marcador no definido.
	Conclusiones y recomendaciones	¡Error! Marcador no definido.
	Conclusiones:	¡Error! Marcador no definido.
	Recomendaciones	¡Error! Marcador no definido.
	Bibliografía.....	¡Error! Marcador no definido.
	Linkografía	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de relación diagnóstica.....	38
Tabla 2: Inscripciones de defunción.....	42
Tabla 3: Niveles de instrucción	44
Tabla 4: Proyección niveles de instrucción	45
Tabla 5: Ocupaciones	47
Tabla 6: Etnias	49
Tabla 7: Matriz A.O.O.R.....	53
Tabla 8: Servicio estilo colonial.....	77
Tabla 9: Servicio estilo moderno.....	78
Tabla 10: Población según de edades de Tulcán	78
Tabla 11: Proyección de la población	79
Tabla 12: Pérdida ser querido.....	81
Tabla 13: Acceso al servicio	82
Tabla 14: Tipo de servicio.....	83
Tabla 15: Servicios	84
Tabla 16: Problemas en conseguir el servicio.....	85
Tabla 17: Servicio funerario en Tulcán	86
Tabla 18: Servicios	87
Tabla 19: Creación de la empresa	88
Tabla 20: Contratación del servicio.....	89
Tabla 21: Tipo de servicio a contratar.....	90
Tabla 22: Servicio estilo colonial.....	91

Tabla 23: Servicio estilo moderno.....	92
Tabla 24: Fondo servicio funerario.....	93
Tabla 25: Abono al fondo funerario.....	94
Tabla 26: Preferencia.....	95
Tabla 27: Edad.....	96
Tabla 28: Género.....	97
Tabla 29: Ocupación.....	98
Tabla 30: Comportamiento de la demanda.....	101
Tabla 31: Demanda futura.....	102
Tabla 32: Comportamiento de la oferta.....	102
Tabla 33: Oferta futura.....	103
Tabla 34: Demanda insatisfecha.....	104
Tabla 35: Servicio colonial.....	105
Tabla 36: Servicio moderno.....	105
Tabla 37: Determinación del precio.....	107
Tabla 38: Proyección de precios.....	107
Tabla 39: Capacidad instalada.....	118
Tabla 40: Instalaciones.....	123
Tabla 41: Instalaciones funeraria.....	123
Tabla 42: Instalaciones administrativas.....	124
Tabla 43: Muebles de oficina.....	127
Tabla 44: Equipo de computación.....	127
Tabla 45: Equipo funerario.....	128

Tabla 46: Menaje	128
Tabla 47: Costo arriendo local	135
Tabla 48: Equipamiento	129
Tabla 49: Resumen inversión fija.....	129
Tabla 50: Personal área administrativa.....	130
Tabla 51: Personal área funeraria.....	130
Tabla 52: Beneficios a trabajadores.....	131
Tabla 53: Resumen requerimiento de personal	131
Tabla 54: Suministros de oficina	132
Tabla 55: Alimentación	132
Tabla 56: Útiles de aseo	133
Tabla 57: Servicios básicos	133
Tabla 58: Mantenimiento equipos de computación.....	133
Tabla 59: Publicidad	134
Tabla 60: Resumen inversión variable.....	135
Tabla 61: Capital de trabajo.....	136
Tabla 62: Resumen inversiones requeridas.....	137
Tabla 63: Financiamiento.....	137
Tabla 64: Ingreso prestación de servicios funerarios por estilo pago de contado y por abono al fondo funerario	140
Tabla 65: Determinación de precios	141
Tabla 66: Proyección de sueldos y beneficios	143
Tabla 67: Proyección suministros de oficina	143
Tabla 68: Proyección de útiles de aseo	144

Tabla 69: Proyección de servicios básicos	144
Tabla 70: Proyección de alimentación	145
Tabla 71: Proyección mantenimiento equipo de computación	145
Tabla 72: Proyección gasto arriendo	146
Tabla 73: Proyección alquiler carroza fúnebre.....	146
Tabla 74: Resumen gastos administrativos	147
Tabla 75: Gasto de ventas	148
Tabla 76: Depreciación acumulada.....	149
Tabla 77: Gastos financieros	150
Tabla 78: Estado de resultados proyectado.....	153
Tabla 79: Flujo de caja proyectado	154
Tabla 80: Tasa de redescuento	155
Tabla 81: Valor actual neto	157
Tabla 82: Tasa interna de retorno.....	158
Tabla 83: Beneficio - Costo.....	159
Tabla 84: Período de recuperación de la inversión.....	160
Tabla 85: Costos fijos	161
Tabla 86: Costos variables	161
Tabla 87: Valor actual neto - escenario 1	162
Tabla 88: Tasa interna de retorno - escenario 1	163
Tabla 89: Valor actual neto - escenario 2	164
Tabla 90: Tasa interna de retorno - escenario 2	165
Tabla 91: Manual de funciones	179

Tabla 92: Valoración de impactos.....	185
Tabla 93: Matriz impacto social.....	186
Tabla 94: Matriz impacto económico	187
Tabla 95: Matriz impacto cultural	188
Tabla 96: Matriz impacto ético	189
Tabla 97: Matriz impactos generales	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1: Símbolo significado.....	119
Ilustración N° 2: Proceso de prestación del servicio	120
Ilustración N° 3: Proceso de preparación del cadáver	122
Ilustración N° 4: Organigrama estructural.....	178

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: <i>Crecimiento poblacional</i>	41
Gráfico 2: <i>Edades</i>	41
Gráfico 3: Analfabetismo.....	43
Gráfico 5: Ocupaciones	46
Gráfico 6: Ocupaciones	47
Gráfico 7: <i>Pérdida ser querido</i>	81
Gráfico 8: <i>Acceso al servicio</i>	82
Gráfico 9: <i>Tipo de servicio funerario</i>	83
Gráfico 10: Servicio.....	84
Gráfico 11: Problemas en conseguir el servicio	85
Gráfico 12: Servicio funerario en Tulcán.....	86
Gráfico 13: Servicios.....	87
Gráfico 14: Creación de la empresa	88
Gráfico 15: Contratación del servicio	89
Gráfico 16: Tipo de servicio	90

Gráfico 17: Costo servicio estilo colonial	91
Gráfico 18: Costo servicio estilo moderno	92
Gráfico 19: Fondo de servicio funerario	93
Gráfico 20: Abono al fondo funerario	94
Gráfico 21: Preferencia	95
Gráfico 22: Edad	96
Gráfico 23: Género	97
Gráfico 24: Ocupación	98
Gráfico 25: Modelo hoja volante	111
Gráfico 26: Macrolocalización	114
Gráfico 27: Microlocalización	116
Gráfico 28: Distribución de la planta	125
Gráfico 29: Área total de la funeraria	126
Gráfico 30: Imagen para rótulos.....	167

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

Abg.:	Abogado
AOOR.:	Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos
Av.:	Avenida
C.A.:	Compañía Anónima
Cant.:	Cantidad
C.I.:	Cédula de Identidad
CIA.:	Compañía
Coop.:	Cooperativa
CPA.:	Contador Público Autorizado
Depr.:	Depreciación
IESS.:	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
INEC.:	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Inf.:	Inferior
Ing.:	Ingeniera
Med.:	Medida
NIIF.:	Normas Internacionales de Información Financiera
Nimp.:	Nivel de Impacto
NInd.:	Número de Indicadores
NIG.:	Nivel de Impactos Generales
Nro.:	Número
Pi.:	Población Inicial
Po.:	Población Proyectada
Pond.:	Ponderada
PYMES.:	Pequeñas y Medianas Empresas
PRI.:	Periodo de Recuperación de la Inversión
REfe.:	Referencia
RUC.:	Registro Único de Contribuyentes
Sup.:	Superior

TIR.:	Tasa Interna de Retorno
Und.:	Unidad
Unt.:	Unitario
Usd.:	Dólares Americanos
VAN.:	Valor Actual Neto

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

Tulcán, ciudad fronteriza de la región andina con aproximadamente 87 000 habitantes se encuentra ubicada en los Andes Septentrionales del Ecuador en la frontera con Colombia.

Esta ciudad es una de las pocas en el mundo que posee como sui géneris sitio turístico su cementerio, debido al reconocimiento hecho por sus habitantes y turistas nacionales y extranjeros, como una maravilla moderna. Esta “Escultura en verde” es única en su género, al ser trabajada en árbol de ciprés se ha convertido en un palacio donde se conjugan armoniosamente arte y belleza, y conllevan a un espectáculo único digno de ser apreciado, es importante mencionar que la poda que se le da los árboles de ciprés le ha dado fama internacional a través de la representación de las figuras de todo tipo gracias al talento y dedicación de los jardineros que al podar los cipreses consiguen verdaderas esculturas. En el año 2005, por medio de Resolución de Concejo Municipal se asigna al camposanto el nombre de Cementerio José María Azael Franco, siendo este el único cementerio de la ciudad.

El cementerio es un lugar obligado de visita para los turistas por sus singulares figuras en ciprés. Está considerado único en América Latina por las esculturas en ciprés elaboradas por el carchense José María Azael Franco en 1936 y declarado PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN el 28 de mayo de 1984.

Las primeras esculturas en verde que realizara Franco simulaban la arquitectura griega, romana, egipcia y por supuesto la cultura inca. Los árboles de ciprés pueden alcanzar una edad de 500 años y se mantienen gracias a los suelos calcáreos de este sitio que favorecen su crecimiento.

La mayoría de las figuras alcanzan 5 metros de altura y simulan mascarones de las culturas indígenas del Ecuador, el mono, las columnas góticas, los arcos, la Venus de Valdivia, entre muchas otras. Temas diversos que a partir de 1988 han permitido extender los jardines del parque hacia un nuevo sector.

Un funeral es una ceremonia que se lleva a cabo para despedir a una persona ya muerta, dichas ceremonias son prácticas relacionadas con la muerte y el enterramiento de una persona, las cuales varían de acuerdo a las creencias religiosas de las familias sobre la naturaleza de la muerte y la existencia de una vida después de ella.

En la ciudad un funeral generalmente dura dos días, el cual se celebra en las salas funerarias existentes en la ciudad o en la vivienda del difunto, durante estos días son varias personas acompañan a los deudos en la velación y al tercer día se procede al traslado del difunto hacia el cementerio para la inhumación. El cortejo fúnebre hacia la iglesia en donde se celebrara la misa de cuerpo presente y posteriormente el traslado al cementerio se hace a pie y para llevar el ataúd se van turnando los familiares más cercanos. Las personas que asusten al funeral y al traslado visten de negro como signo de respeto al difunto.

Justificación

El emprendimiento es un factor importante para iniciar un negocio, ya que permite liberarse de la preocupación de buscar empleo al culminar la carrera, por tal razón es primordial tener una visión de empresa que permita surgir como profesionales en el campo laboral.

En la actualidad no existen lugares que ofrezcan un servicio funerario integral, por lo que los usuarios se ven obligados a realizar los trámites necesarios sin recuperarse por la pérdida de sus seres queridos; es por eso

que la creación de esta empresa es importante ya que a más de generar fuentes de empleo; mejorará la calidad de vida de la población al ofrecer un servicio de calidad que facilite el duelo al que están expuestos. De esta manera dentro del mercado de servicios se implantará una propuesta que satisfaga las necesidades de los demandantes al ofertar un servicio funerario al estilo colonial y moderno, manteniendo un ambiente acogedor para los familiares y personas que asistan al velorio.

La creación de la empresa se enfocará en brindar el servicio funerario en forma local, con el fin de satisfacer las necesidades y requerimientos de la población del cantón y por ende la provincia, al ofrecer un servicio que incluya todo trámite legal necesario para la inhumación del difunto. Además la proyección de la empresa es crecer y ofrecer su servicio en forma regional.

Objetivos

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios funerarios al estilo colonial y moderno, en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la prestación de servicios funerarios en la Ciudad de Tulcán, para determinar los Aliados, Oponentes, Riesgos y Oportunidades que tendrá el presente proyecto.
- Analizar las bases teóricas y científicas, que permitan sustentar proyecto.
- Realizar un estudio de mercado que permita conocer el comportamiento de las fuerzas de mercado tales como la oferta, demanda, precio,

promoción, competencia y estrategias de comercialización del servicio en el cantón.

- Realizar un estudio técnico, que permita determinar la localización, el tamaño, la infraestructura, procesos, inversión y los recursos humano necesario para la ejecución del proyecto.
- Determinar la factibilidad del proyecto, a través de la realización de un estudio financiero.
- Diseñar la estructura organizacional, que permita realizar una distribución adecuada de las funciones en la empresa.
- Establecer los principales impactos, que ocasione la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

La Provincia del Carchi es el lugar en donde empieza y termina el Ecuador, siendo la puerta de entrada y salida de turistas y comerciantes; se caracteriza por la amabilidad de su gente, solidaridad y amistad. Está ubicada al norte del país, limitando con Colombia, al sur con la Provincia de Imbabura, al este con la Provincia de Sucumbíos, y al oeste con Esmeraldas. Se encuentra conformada por 6 cantones conocidos por sus hermosos lugares destinados al turismo.

Tulcán, capital de la Provincia del Carchi cuenta con una población total de 86.498 habitantes, conformada por su cabecera cantonal con nueve parroquias rurales. Al ser esta una ciudad fronteriza goza de un buen movimiento comercial, siendo este su principal fuente de ingresos económicos. Los habitantes de la ciudad se caracterizan por su espíritu emprendedor, y de mejora continua dando lugar a la aparición de nuevas empresas con visión empresarial creativa que oferten servicios variados y de mejor calidad.

La ciudad de Tulcán cuenta con cuatro salas de velación, de las cuales dos pertenecen a las Cooperativas de Ahorro y Crédito Tulcán y Pablo Muñoz Vega, las mismas que ofrecen sus servicios principalmente a sus socios; además existen dos funerarias que se dedican a la comercialización de cofres y urnas fúnebres. Dichos negocios al no contar con la infraestructura adecuada, personal calificado, capacitado y diversidad en los servicios

funerarios a prestar, se encuentran limitados a las actividades expuestas anteriormente impidiéndoles satisfacer las necesidades y requerimientos de los usuarios ante la pérdida de un ser querido.

En la ciudad un funeral generalmente dura dos días, el cual se celebra en las salas funerarias existentes en la ciudad o en la vivienda del difunto, durante estos días son varias las personas acompañan a los deudos en la velación y al tercer día se procede al traslado del difunto hacia el cementerio para la inhumación. El cortejo fúnebre hacia la iglesia en donde se celebrara la misa de cuerpo presente y posteriormente el traslado al cementerio se hace a pie y para llevar el ataúd se van turnando los familiares más cercanos. Las personas que asisten al funeral y al traslado visten de negro como signo de respeto al difunto.

Por las razones expuestas anteriormente la implementación de esta empresa de servicios funerarios al estilo colonial y moderno es importante, ya que de esta manera se lograría satisfacer los requerimientos de los usuarios y así conseguir el posicionamiento de la nueva empresa en el mercado, al entregar un servicio de calidad que solucione los problemas existentes en la ciudad acerca de la prestación de servicios funerarios.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional de la prestación de servicios funerarios en la Ciudad de Tulcán, para determinar los Aliados, Oponentes, Riesgos y Oportunidades que tendrá el presente proyecto.

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar antecedentes históricos.
- Establecer datos demográficos de la ciudad de Tulcán.

- Analizar el aspecto socio-económico de la población tulcanesa.
- Determinar aspectos culturales de la población tulcanesa.

1.3 Variables diagnósticas

Las variables que se utilizarán en la elaboración del presente proyecto son:

- Antecedentes históricos.
- Datos Demográficos
- Aspecto Socio-económico
- Aspectos culturales.

1.4 Indicadores de las variables

- Antecedentes Históricos.
 - Datos históricos
 - División Política
- Datos Demográficos
 - Población
 - Edad
 - Tasa de mortalidad
- Aspecto Socio-económico
 - Calidad de vida
 - Nivel de educación
 - Nivel de Ingresos
- Aspectos Culturales
 - Identidad cultural
 - Valores culturales

- Costumbres funerarias

1.5 Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1:

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar antecedentes históricos. 	Antecedentes Históricos	<ul style="list-style-type: none"> • División política • Datos históricos 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Tulcán.
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los datos demográficos de la ciudad de Tulcán. 	Datos demográficos	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Edad • Tasa de mortalidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) • Internet
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar el aspecto socio-económico de la población tulcanesa 	Aspecto Socio-económico	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de vida • Nivel de educación • Nivel de ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan Nacional del Buen Vivir • INEC
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar acciones para la preservación del medio ambiente. 	Aspectos culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad cultural • Valores culturales • Costumbres funerarias 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Tulcán.

Fuente: Diagnóstico Situacional
Elaborado por: La Autora

1.6 Mecánica operativa

➤ Información primaria

Entrevista: Esta técnica se aplicará al Abg. Marcelo Pérez, Administrador del Cementerio José María Azael Franco de la ciudad de Tulcán.

➤ Información secundaria

La información secundaria que se utilizará para el desarrollo del presente proyecto es:

- Datos Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
- Plan Nacional de Buen Vivir
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Tulcán.
- Internet

1.7 Desarrollo de las variables diagnósticas

La información correspondiente a las variables diagnósticas se tomó del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Tulcán (ATLAS).

1.7.1. Antecedentes históricos.

- Datos históricos

La provincia del Carchi se establece el 6 de noviembre de 1880. Esta jurisdicción comprende un único cantón: Tulcán, compuesto de las parroquias Tulcán, San Francisco, Huaca, Tusa (San Gabriel), Puntal (Bolívar), El Ángel, San Isidro, Mira, San Pedro de Piquer y la Concepción.

El desarrollo de las actividades económicas primarias, fundamentalmente agropecuarias así como el incremento poblacional dan lugar a nuevos asentamientos y la creación de nuevas jurisdicciones.

Hasta 1980 el sector suroccidental de la provincia del Carchi progresa significativamente en aspectos urbanísticos, poblaciones, agrícolas y comerciales originando la creación del cantón Mira.

- División política

En los años de 1985 y 1995 se crean los cantones de Bolívar y San Pedro de Huaca respectivamente, adoptando el Cantón Tulcán su extensión territorial actual e integrada por la jurisdicción de la cabecera cantonal y capital provincial San Miguel de Tulcán y las parroquias rurales de El Carmelo, Julio Andrade, Maldonado, Pioter, Tobar Donoso, Tufiño, Urbina, El Chical y Santa Martha de Cuba.

1.7.2. Situación demográfica

- Población

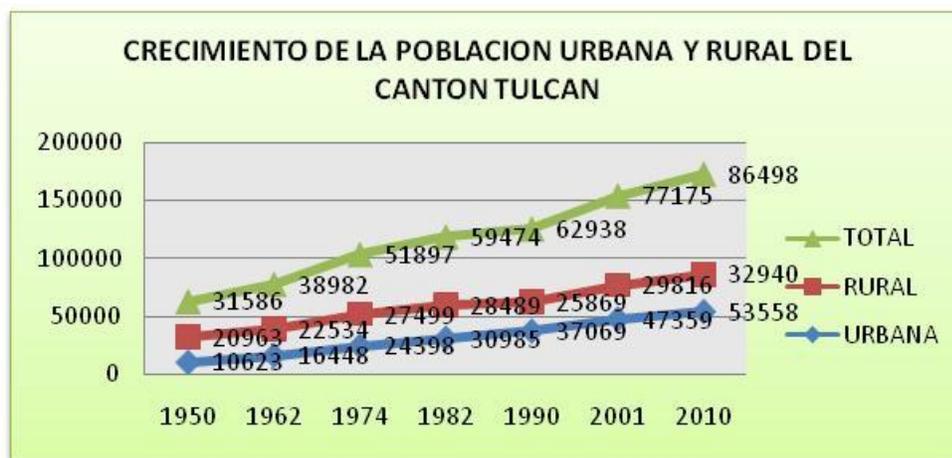
En el 2010, la Cabecera cantonal San Miguel de Tulcán alcanza una población de 60.403 habitantes y con ello, el 69,83% de la población total del cantón que alberga a 86.498 habitantes.

Entre 1950 y 2010 el Cantón mantiene un crecimiento poblacional estable con una tasa de crecimiento anual promedio de 1,66%.

Es notoria la dependencia de la actual cabecera provincial que ofrece la mayor cantidad y variedad de bienes y servicios. La densidad poblacional del cantón Tulcán alcanza los 440,14 habitantes/ km².

Gráfico1:

Crecimiento poblacional



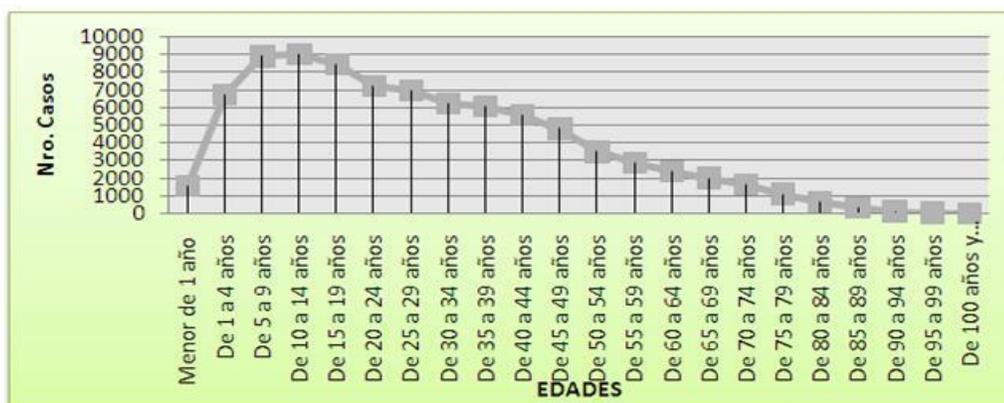
Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Tulcán

- Edad

En el siguiente cuadro elaborado con información obtenida del Censo de población y vivienda del 2010, muestra a una población tulcana mayoritariamente joven.

Gráfico2:

Edades



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Tulcán

- Tasa de mortalidad

La tasa de mortalidad general registrada en Ecuador de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) es de 4,08 por mil, sin embargo para la elaboración del presente proyecto al no contar con una tasa específica de mortalidad para el cantón Tulcán, se procede a calcularla en base a el crecimiento de inscripciones de defunción registradas en la Agencia Tulcán de la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación del Carchi, obteniendo como tasa de mortalidad el 2,85%.

Tabla 2:

Inscripciones de defunción

AÑOS	Nº INSCRIPCIONES
2008	311
2009	295
2010	329

Fuente: Dirección General de Registro Civil.
Elaborado por: La Autora

Dicha información corresponde al número de inscripciones de defunción realizadas en la Agencia Tulcán de la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación del Carchi.

Para la determinación de la tasa de mortalidad se utilizó la siguiente fórmula:

$$i = \sqrt{\frac{C_n}{C_o}} - 1$$

i = Tasa de mortalidad

C_n = Valor final

C_0 = Valor Inicial

$$i = \sqrt{\frac{329}{311}} - 1$$
$$i = 0,0285$$

1.7.3. Aspecto socio-económico

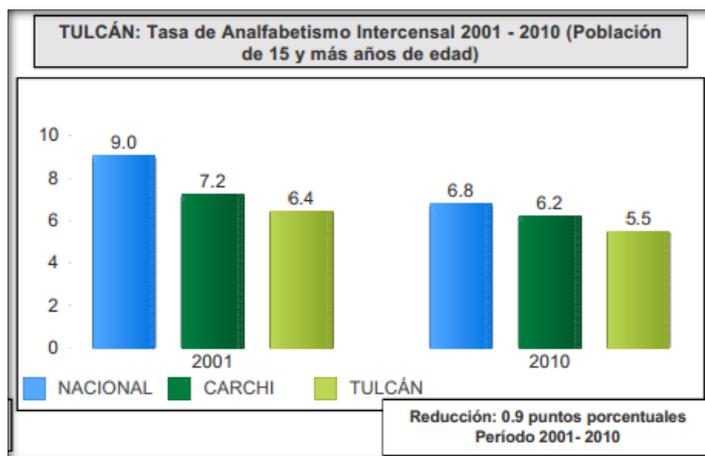
- Calidad de vida

La calidad de vida de los carchenses es privilegiada, debido a que se encuentran en la frontera norte del país, existiendo varias formas de comercio y economía, logrando una estabilidad económica.

- Nivel de educación

En 2010, en el Cantón Tulcán se registra un índice de analfabetismo del 5,5% en personas de 15 años o mayores. Un pueblo puede declararse libre de analfabetismo cuando este índice sea menor al 3%.

Gráfico3:
Analfabetismo



Fuente: INEC – Censo de Población y Vivienda 2010

A continuación se muestra el nivel de instrucción de la población del cantón Tulcán, de acuerdo a datos del Censo de Población y Vivienda para el año 2001:

Tabla 3:

Niveles de instrucción

CANTÓN TULCÁN: POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO Y ÁREAS, SEGÚN NIVELES DE INSTRUCCIÓN. Censo 2001									
NIVELES DE INSTRUCCIÓN	TOTAL			HOMBRES			MUJERES		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
TOTAL	69.269	43.110	26.159	34.279	21.091	13.188	34.990	22.019	12.971
NINGUNO	3.715	1.260	2.455	1.449	403	1.046	2.266	857	1.409
CENTRO ALFAB.	187	135	52	95	66	29	92	69	23
PRIMARIO	38.690	20.531	18.159	19.645	10.172	9.473	19.045	10.359	8.686
SECUNDARIO	16.683	13.429	3.254	7.894	6.442	1.452	8.789	6.987	1.802
POST BACHILLERATO	226	182	44	130	103	27	96	79	17
SUPERIOR	5.012	4.499	513	2.620	2.380	240	2.392	2.119	273
POSTGRADO	48	43	5	32	29	3	16	14	2
NO DECLARADO	4.708	3.031	1.677	2.414	1.496	918	2.294	1.535	759

El promedio de años aprobados por la población de 10 años y más (escolaridad media) para el Cantón Tulcán es de 6,5 años, para la población del área urbana es de 7,5 años y para el área rural 4,8 años. Para hombres 6,7 y para mujeres 6,4 años.

Fuente: INEC – Censo de Población y Vivienda 2010 – Fascículo Tulcán 2001

En el siguiente cuadro se presenta una proyección de la instrucción de la población de 10 años y más, para lo cual se utilizó una tasa de crecimiento poblacional de 1.66%.

Tabla 4:

Proyección niveles de instrucción

INSTRUCCIÓN	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	TOTAL												
TOTAL	69269	70419	71588	72776	73984	75212	76461	77730	79020	80332	81666	83021	84400
NINGUNO	3715	3777	3839	3903	3968	4034	4101	4169	4238	4308	4380	4453	4526
CENTRO ALFABETISMO	187	190	193	196	200	203	206	210	213	217	220	224	228
PRIMARIO	38690	39332	39985	40649	41324	42010	42707	43416	44137	44869	45614	46371	47141
SECUNDARIO	16683	16960	17241	17528	17819	18114	18415	18721	19032	19348	19669	19995	20327
POST BACHILLERATO	226	230	234	237	241	245	249	254	258	262	266	271	275
SUPERIOR	5012	5095	5180	5266	5353	5442	5532	5624	5718	5812	5909	6007	6107
POSTGRADO	48	49	50	50	51	52	53	54	55	56	57	58	58
NO DECLARADO	4708	4786	4866	4946	5028	5112	5197	5283	5371	5460	5551	5643	5736

Fuente: INEC –FASCÍCULO DE TULCÁN 2001; Niveles de instrucción en la población de 10 años y más.

Elaborado por: La Autora

- Nivel de ingresos

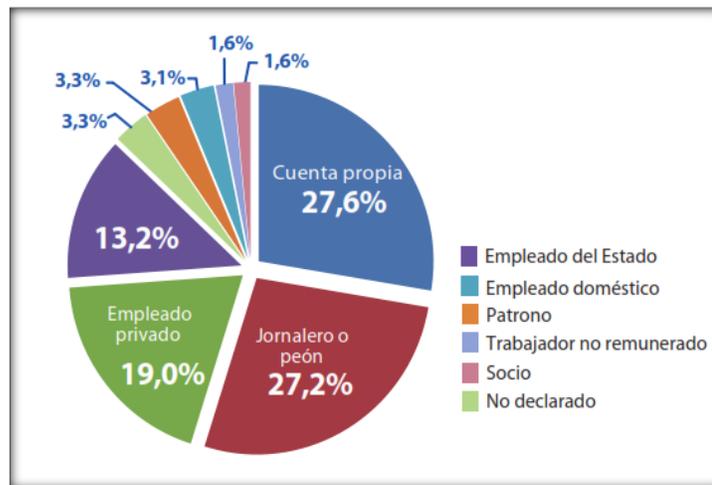
En el cantón Tulcán se estima que existen alrededor de 3.500 establecimientos económicos (INEC, 2010), con unos 330 millones de dólares en ingresos por ventas anuales y con empleo para unos 12.000 personas. De estos negocios apenas 26 corresponden a PYMES y los restantes corresponden a pequeños negocios.

La mayor parte de los negocios se dedica a la actividad comercial, seguidos por los servicios y en menor medida la manufactura, lo cual se podría explicar por ser cantón fronterizo. Efectivamente el sector servicios tiene un peso de 34% como resultado del flujo de personas que pasa por la frontera. Sin embargo, pese a haber más locales comerciales, el sector servicios genera el 48,5% de los ingresos del cantón frente al 39,8% del comercio y apenas el 11,7% de manufactura.

A continuación se presenta un cuadro que refleja las ocupaciones en la provincia:

Gráfico4:

Ocupaciones



Fuente: INEC – Censo de Población y Vivienda 2010 – Fascículo Carchi 2010

Gráfico5:
Ocupaciones

Ocupación*	Hombre	Mujer
Empleado privado	8.079	4.505
Cuenta propia	11.452	6.840
Jornalero o peón	14.917	3.084
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	5.048	3.686
No declarado	905	1.287
Empleada doméstica	100	1.983
Patrono	1.301	888
Trabajador no remunerado	532	528
Socio	764	262
Total	43.098	23.063

*Personas ocupadas de 10 años y más.

Fuente: INEC – Censo de Población y Vivienda 2010 – Fascículo Carchi 2010

De acuerdo a la encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC, en el periodo de marzo de 2012 establece que el ingreso promedio de las personas en la provincia del Carchi es de 600.00 dólares mensuales aproximadamente.

Tabla 5:
Ocupaciones

Sexo	Ingresos mensuales
Femenino	733.18
Masculino	428.33
Ingreso promedio	580.76

Fuente: Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo - INEC

1.7.4. Aspectos culturales

- Identidad cultural

La identidad cultural de Tulcán se remota hacia inicios históricos debido a que es resultado de las poblaciones Tulcanquer y Taques, en ese entonces Pueblo Pasto estos poseían una organización muy bien definida; es decir, cada uno desarrollaba una actividad específica. Dicha identidad se refiere al grado de pertenencia que los ciudadanos sienten o tienen hacia su ciudad, considerando la etnia, el idioma, las tradiciones, las costumbres y la religión de un pueblo mestizo, indio y negro. Pero al cabo de los años, las personas se encontraban divididas en blanco – mestizos, indio – mestizos, los negros y la comunidad Awa – Coayquer.

Tulcán cuenta con un colorido único muy característico de la zona Andina, debido a la gran variedad de granjas agrícolas y parcelas que existen, las mismas le dan un hermoso toque visual a esta región.

Cabe recalcar que alrededor de quebradas y vertientes aún se conservan áreas naturales con bosque húmedo primario y bosques andinos; además Tulcán cuenta con una gran variedad de flora y fauna entre las cuales podemos mencionar:

En el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Tulcán se considera también como identidad cultural lo siguiente:

Flora: Frailejones (Planta característica del páramo de Carchi), chilcas, pumamaquis, guarumos, chuquiraguas, helechos arbóreos, paja, musgo, bromelias, almohadillas, y gran variedad de orquídeas.

Fauna: lobos de páramo, preñadillas, colibríes, gaviotas andinas, sapos marsupiales, patos de páramo, curiangues, quilicos, cóndores, cervicabras,

venados, truchas, mariposas de múltiples colores y en las zonas subtropicales: guanta, oso y culebra.

Además, en la ciudad tenemos el Monumento al Pupo que se encuentra en la Av. Veintimilla. El Pupo fue un personaje muy importante de la época del liberalismo, este hombre fue sinónimo de hospitalidad, apareció en el triunfo de la liberación alfarista cuando los liberales derrocaron a los conservadores, por tal razón los tulcanes se sienten profundamente identificados con este personaje que resume todas las características de los habitantes del cantón.

- Valores culturales

Los valores culturales son todos aquellos elementos que fortalecen la identidad de un pueblo tales como: etnia, tradiciones, costumbres, arte, vestimenta; así también aquellos que se adoptan según la influencia del medio como: religiosos, sociales, económicos.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010 las etnias que posee el cantón son:

Tabla 6:

Etnias

Población por etnias	N° personas
Afro ecuatoriana	1989
Indígena	3633
Mestiza	74648
Blanca	6228
Población total	86498

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
Elaborado por: La Autora.

Teniendo así como mayor incidencia demográfica la etnia mestiza con un 86,3% de la población total del cantón.

Para la elaboración del presente estudio se considera importante las tradiciones, costumbres, es decir; las preferencias de los ciudadanos al elegir un servicio funerario al estilo colonial o moderno debido a que la empresa se enfocara en estos dos tipos de servicios.

- Costumbres funerarias

La naturaleza y la composición de los ritos funerarios dependen de la época, la cultura, la posición social del difunto y las creencias religiosas de la sociedad y sobre todo el afecto hacia el muerto. Los rituales y costumbres funerarias tienen que ver no sólo con la preparación y despedida del cadáver, sino también con la satisfacción de los familiares y la permanencia del espíritu del fallecido entre ellos.

Por tal razón en la ciudad de Tulcán se conserva aún la tradición de celebrar el funeral por dos días, al cual asisten varias personas familiares, amigos quienes acompañan a la familia del difunto durante la velación, misma que se realiza en la funerarias existentes o en su vivienda, para posteriormente en el tercer día proceder al traslado del difunto hacia la iglesia y después al cementerio, este cortejo se lo realiza llevando el féretro en hombros de los asistentes los cuales se turnan durante el trayecto y las demás personas siguen el cortejo caminando tras el féretro hasta llegar al cementerio.

Para la velación del difunto se considera importante el arreglo de la sala de acuerdo al estilo o tradición de las familias.

1.8. Entrevista

La entrevista se aplicó al Abg. Marcelo Pérez Administrador del Cementerio José María Azael Franco. Obteniendo la siguiente información:

1. ¿Está de acuerdo usted con la práctica religiosa de enterrar a los difuntos?

Sí, porque en el aspecto religioso se sigue manteniendo la costumbre de dar santa sepultura a nuestros seres queridos. Como también debemos tomar en cuenta la higiene, ya que ser humano al morir su cuerpo se descompone y hay que enterrar; o se debería incinerar sus restos.

2. ¿La sociedad tulcanéña mantiene sus costumbres religiosas, como lo es la velación de los difuntos?

Sí, la costumbre se la sigue manteniendo, ya que a través de la velación rendimos un homenaje y último adiós al ser querido.

3. La economía de los tulcanéños está en capacidad de pagar un servicio funerario acorde a sus necesidades.

Depende de la situación económica de los dolientes.

4. ¿Conoce los servicios que ofrecen las funerarias existentes?

Las funerarias de las Cooperativas Tulcán y Pablo Muñoz Vega, así también la del Sindicato de Choferes incluyen en su servicio el alquiler del nicho, la sala de velación, la misa y el cofre o ataúd. Mientras que la de la Iglesia Cristo Rey es únicamente la sala de velación.

5. ¿Conoce si las funerarias dan un tratamiento a los residuos (flores, tarjetas)

No lo hacen, los residuos después del traslado son manejados por personal contratado por nosotros, no los reciclamos únicamente limpiamos el lugar, pero sería bueno que la funeraria recicle este material de esa manera ayuda a la preservación del medio ambiente.

6. ¿Considera que la población tulcanense estaría preparada para una empresa con nuevos servicios?

Si, lo que la población necesita es que exista una empresa de esas características, que le facilite varios trámites que en esos momentos no deseamos hacer.

7. En promedio, ¿Cuántos nichos se rentan o venden al mes?

El promedio de adquisición de nichos o tumbas en el cementerio es de una diaria, le hago este promedio porque en ocasiones en una semana se acercan a adquirir un nicho pero en otras semanas mueren hasta 8 personas adultas, porque la mortalidad del niño es menor, y algo sorprendente es que en mayo y junio son adolescentes.

8. ¿La venta de estos nichos la realiza directamente al familiar del fallecido o a una persona intermediaria?

La venta se realiza directamente a los deudos del difunto, y sería bueno tener un trato directamente con una empresa ya que eso facilitaría el proceso de inhumación de los restos de una persona.

9. ¿Considera que la creación de esta empresa facilitará la tramitación legal para la inhumación de un cadáver?

Si se facilitará, porque la tramitación se la realizará directamente con personal que conozca sobre el procedimiento para la adquisición de nichos o túmulos y posteriormente a la inhumación de los restos del fallecido.

1.9. Matriz A.O.O.R.

Tabla 7:
Matriz A.O.O.R.

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Convenios con organismos públicos y privados. • Créditos Bancarios. • Infraestructura adecuada para la prestación del servicio. • Calidad en la prestación del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resistencia al cambio cultural de los ciudadanos • Restricciones crediticias. • Número de afiliados activos en las cooperativas de la ciudad. • Nivel de ingresos de los ciudadanos.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Diversificación de servicios. • Mejoramiento de la calidad de vida • Tasa de mortalidad. • No existe empresas que presten el servicio funerario en forma integral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de la población de los servicios que presta una funeraria. • Baja acogida del servicio por parte de la población. • Nivel de ingresos • Competencia de los negocios existentes.

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: La Autora.

1.10. Identificación de la Oportunidad

Una vez realizado el diagnóstico situacional y analizado la matriz A.O.O.R, se determina que en la ciudad de Tulcán existe una insuficiencia en la

prestación de servicios funerarios en forma integral, generando de esta manera una oportunidad para la implementación de una nueva empresa que ofrezca variedad en los servicios funerarios que satisfaga las necesidades del usuario ante la pérdida de uno de sus seres queridos. Además se determinó los aliados u oportunidades que se tendrá implementación del presente proyecto, así también los oponentes y riesgos presentes en su ejecución para lo cual se deberá tomar acciones necesarias para mantener un balance entre estos cuatro aspectos.

Por tal razón la nueva empresa, deberá desarrollarse en un ambiente exigente y tradicional, enfrentando la responsabilidad de ser mejores ante la competencia, con la finalidad de cubrir las necesidades y requerimientos de la población tulcanesa.

De acuerdo a toda la información obtenida en el presente estudio, se concluye que es factible la ejecución del presente proyecto denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS FUNERARIOS, AL ESTILO COLONIAL Y MODERNO, EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI".

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La Empresa

Lopez, F. (2009): Es una combinación organizada de dinero y personas que trabajan juntas, que producen un valor material (un beneficio) tanto para las personas que han aportado este dinero (los propietarios), como para las personas que trabajan con el dinero en esa empresa (los empleados), a través de la producción de determinados producto o servicios que venden a personas o entidades interesadas en ellos (los clientes). (p. 29).

El conocer la definición de empresa permitirá realizar una combinación eficaz de recursos humanos, materiales, financieros, tecnológicos y de información disponibles en la entidad, para la prestación del servicio a la población, con la finalidad de obtener una rentabilidad económica.

2.1.1. Características de la empresa

Asensio E. (2008):

- Está formada por un conjunto de factores de producción.
- Persigue fines y objetivos que justifican sus existencia.
- Los factores de producción deben ser coordinados para alcanzar esos objetivos. Los directivos de las empresas llevan a cabo esa coordinación.
- Actúan siempre bajo condiciones de riesgo.

Conocer las características propias de una empresa, permitirá que la organización a ejecutarse se cree de acuerdo a las exigencias del entorno en el cual se desenvolverá dicha institución.

2.1.2. Objetivos que persigue una empresa

Son los siguientes:

- **Objetivos basados en la maximización de los beneficios:** Uno de los objetivos tradicionales de cualquier empresa (salvo que sean una fundación sin ánimo de lucro) es conseguir los máximos beneficios posibles. Normalmente los beneficios se miden con alguna variable, como beneficios por unidad de capital invertida, por volumen de ventas, etc.

- **Objetivos de crecimiento:** El crecimiento de la empresas forma parte de las estrategias de la mayor parte de las empresas, por diversos motivos:
 - El crecimiento se interpreta como signo de vitalidad y fortaleza.
 - En economías dinámicas como las actuales, las empresas deben crecer aunque sea para mantener su posición competitiva frente a otras empresas.
 - Los directivos de las empresas asocian el crecimiento con un aumento de su poder de influencia, por eso darán prioridad al crecimiento frente a otros objetivos.

- **Objetivo de estabilidad y adaptabilidad al medio:** Para garantizar la supervivencia a largo plazo es imprescindible que la empresa se adapte al medio en el que se desarrolla sus actividades. Actualmente, el entorno de la empresa cambia de

forma muy rápida, la empresa debe estar preparada para hacer frente a dichos cambios.

- **Objetivos sociales:** La empresa es una institución social debe asumir una responsabilidad social con el entorno que la rodea. (p. 8).

El conocer los objetivos que debe cumplir una empresa permitirá establecer los objetivos que se perseguirá al ejecutarse el presente proyecto, mismos que se determinarán para que el cumplimiento de las actividades propias de la empresa se realicen de acuerdo a lo pronosticado.

2.1.3. El entorno empresarial

Gill M. (2013): Se entiende por entorno empresarial las condiciones, los centros de decisión, los factores, externos a la empresa que le atañen. Todo lo exterior afecta a la empresa, pero la empresa, a su vez, afecta al entorno y puede modificarlo o ella misma puede llegar a ser modificada. (p. 136).

Definir el entorno empresarial, permitirá establecer aquellos factores relacionados con la empresa, mismos que generan una influencia sobre la misma afectando su capacidad para satisfacer a los usuarios.

2.2. Clasificación de las empresas

Zapata P.(2011), en lo referente a la clasificación de las empresas se realiza bajo los siguientes criterios:

- a) Según su naturaleza:

- Industriales: transforman materias primas en nuevos productos.
- Comerciales: compra y venta de productos, intermediarias entre productores y compradores.
- Servicios: generación y ventas de productos intangibles.
- Agropecuarias: explotan productos agrícolas y pecuarios.
- Mineras: explotan los recursos del subsuelo.

b) Según el sector o la procedencia del capital:

- Públicas: el capital pertenece al sector público.
- Privadas: el capital pertenece al sector privado.
- Mixtas: el capital es público y privado.

c) Según la integración del Capital o número de socios:

- Unipersonales: el capital es el aporte de una sola persona.
 - Sociedades: aporte de capital por personas jurídicas o naturales. Sociedad de personas, sociedad de capital.
- (p. 8)

El conocer la clasificación de las empresas permite determinar el tipo de empresa al cual se enfocará el presente proyecto; con la finalidad de satisfacer las necesidades del usuario, ofreciendo servicios de calidad y

mejorando continuamente para entregar valor a los clientes para obtener su fidelidad.

2.3. Servicio

Lovelock y otros. (2011), “Un servicio es un acto o desempeño que ofrece una persona a otra. Aunque el proceso puede estar vinculado a un producto físico, el desempeño es esencia intangible”. (p.4).

Establecer el concepto de servicio permite determinar las características que deberá reunir el servicio para satisfacer los deseos y necesidades de los usuarios, con la finalidad de conseguir el posicionamiento de la empresa en el mercado.

2.3.1. Características de los servicios

Arrellano R. (2010), las características de las empresas de servicios son los siguientes:

- Intangibles: el cliente no puede tocar su producto, sino únicamente sentir sus beneficios o resultados.
- Inseparables: implica que es muy difícil separar el servicio de la persona que lo proporciona.
- Con la Participación de los Clientes: la calidad de un servicio está íntimamente ligada a la calidad de los clientes que lo usan.
- Perecederos: esta característica implica que, en su mayor parte, los servicios solo se dañen el momento mismo de la fabricación y no se pueden almacenar o guardar.
- Diversos: cada actividad de servicio es única y diferente a las otras, pues el resultado depende de una gran combinación de circunstancias y actores: el prestador del servicio, el receptor del

servicio, los otros clientes, el momento de la prestación del servicio, y, por sobre todo, la percepción que los clientes tengan de los resultados intangibles del mismo. (p. 129,130)

Conocer esta definición permitirá a la empresa crear un servicio basándose en características básicas, con el objetivo de que dicho servicio cumpla con las exigencias y requerimientos del mercado al cual estará dirigido.

2.4. Servicios funerarios

Acuerdo Ministerial N. 00003523, Art. 70. (2010):“Conjunto de actividades organizadas para la realización de honras fúnebres y otros relacionados con el fallecido”. (p. 21).

Establecer que es un servicio funerario facilita el proceso de duelo al que están expuestas las personas después de perder un familiar o ser querido, estas actividades consisten en brindar al fallecido un funeral honorable. Mediante la prestación de servicios relacionados con la inhumación de los restos de una persona, que pueden variar desde la velación del cuerpo hasta su sepelio en el cementerio o destino final del cadáver.

2.4.1. Funeraria

Acuerdo Ministerial N. 00003523, art. 70 (2010):“Aquellos establecimientos públicos y privados dedicados a la prestación de servicios funerarios”. (p. 20).

Determinar la definición de una empresa funeraria, ayuda a establecer las características necesarias para la prestación del servicio, además de la determinación de los requerimientos necesarios para la atención oportuna de los usuarios.

2.4.2. Tipos de servicios funerarios

➤ **Tanatopraxia**

Acuerdo Ministerial N. 00003523, art. 70 (2010): Conjunto de técnicas para la higienización, conservación transitoria, embalsamiento, restauración, reconstrucción y cuidado estético del cadáver como soporte de su presentación de acuerdo con las normas higiénico sanitarias y la realización de extracciones que formalmente se soliciten respetando las diferentes costumbres y ritos religiosos. (p. 21).

➤ **Formolización**

Acuerdo Ministerial N. 00003523, art. 70 (2010): “Proceso que forma parte de la tanatopraxia el cual tiene como finalidad retrasar la descomposición del cadáver inyectando formol al cuerpo a través de las arterias”. (p. 20)

➤ **Estética del Cadáver**

En referencia a la estética de un cadáver es el proceso que al cual está sometido, con la finalidad de ser presentado en su velación, dicha práctica se realiza por un profesional o tanatopractor.

➤ **Servicios Religiosos**

El servicio religioso se lo realiza con la finalidad de celebrar la vida de alguien, así como el dolor por la pérdida del familiar. Este tipo de servicios hablando en términos funerarios se lo realiza mediante la celebración de una misa de cuerpo presente la cual se la realiza antes de la inhumación del cadáver y la misa de honras para recordar la vida de la persona fallecida.

- **Misa de cuerpo presente**

Una misa de cuerpo presente es aquella en la que se celebra una eucaristía, estando presente el cadáver, en la cual se guía el alma de la persona fallecida hacia el Reino Santo de Dios; desde el punto de vista del cristianismo.

- **Misa de honras**

La misa de honras es aquella que se celebra, con la finalidad de recordar el aniversario del fallecimiento de una persona, en la cual se ruega por su alma y por su descanso en paz

- **Atención psicológica**

La Psicología estudia el comportamiento de las personas, permitiéndoles controlar sus actitudes, sentimientos, de tal manera que encuentren un contraste con el entorno en el que se encuentran y de esta manera superar el dolor que poseen por la pérdida de un ser querido.

- **Inhumación**

Acuerdo Ministerial N. 00003523, art. 70 (2010): La inhumación consiste en el sepelio de una persona en el cementerio, una vez realizada la misa de cuerpo presente, encaminándole hacia la Gloria del Señor, enterrándole al cadáver con las ceremonias religiosas y con los honores fúnebres que ésta merece. (p. 20)

- **Sala de velación**

Acuerdo Ministerial N. 00003523, art. 70 (2010): “Espacio cómodo, adecuado para el recogimiento y homenaje póstumo a los fallecidos, acondicionado según el clima regional”. (p. 21)

2.5. Estudio de mercado

2.5.1. Definición

Baca, G. (2010): “Estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.” (p. 7).

El conocer que es un estudio de mercado, permitirá a la empresa determinar la demanda y oferta existente para el servicio funerario, así como establecer precios y estrategias necesarias para promocionar el servicio hacia la población tulcanense.

2.5.2. Mercado

Casado y Sellers, (2010): “Mercado es un conjunto de consumidores (individuales u organizados) que tienen una sociedad, poseen capacidad de compra y además, están dispuestos a comprar” (p. 101).

Conocer que es un mercado, le permitirá a la empresa desarrollar acciones para incursionar en un sector con la finalidad de obtener aceptación por parte los usuarios del servicio funerario.

- **Mercado meta**

Calvache, César (2008): “Es el mercado que la empresa desea y decide captar. Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica”. (p. 189).

Conocer el mercado meta al cual la empresa se dirigirá, permitirá tener una visión clara de las actividades que se deberán realizar para satisfacer las necesidades de los demandantes o usuarios que formaran parte de este mercado.

2.5.3. Demanda

Baca G. (2010): “necesidad de deseo y poder de compra. Un usuario puede necesitar un bien o servicio pero solo su poder de compra determina la demanda” (p. 45).

Krugman P. (2008): “Es la cantidad que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio determinado”. (p. 58).

- **Demanda potencial insatisfecha**

Hernández G. (2006): Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (p. 108).

Determinar la demanda para el servicio funerario, le ayudara a la empresa a establecer la agilidad y eficacia con la que se prestara el servicio hacia la población tulcanéña.

2.5.4. Oferta

Sapag N. Sapag R. (2010): “Número de unidades de un determinado producto o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.” (p. 55).

Establecer la oferta para el servicio funerario, le permitirá a la empresa desarrollar estrategias que faciliten la introducción del nuevo servicio al mercado.

2.5.5. Precio

Anzola S. (2010): El precio es una variable que proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa. (p. 171).

Al conocer esta definición, la empresa establecerá los precios de los paquetes de servicios incluyendo los costos necesarios para la prestación de dicho servicio.

2.5.6. Plaza

Murcia J. (2009): “La segunda P de la mezcla de marketing se debe considerar desde dos perspectivas diferentes, que son los canales de distribución (donde serán colocados los productos), y la logística y distribución física (como serán colocados)”. (p. 92).

Le permitirá a la empresa conocer como deberá ser colocado el servicio de acuerdo a las exigencias del lugar establecido para su comercialización.

2.5.7. Promoción

Munch L. (2010): “La promoción incluye una serie de técnicas que se utilizan para estimular las preferencias de los consumidores, con el propósito de inducir las ventas, por ejemplo la entrega de muestras, degustaciones y regalos entre otros” (p. 230).

Establecer la definición de promoción, le ayudará a la empresa a establecer la forma más directa para dar a conocer el servicio y los beneficios que se brindara a la población que conforman el mercado meta del presente estudio.

2.5.8. Comercialización

Núñez, (2011): La comercialización es la actividad que le permite al productor hacer llegar su producto o servicio al consumidor, obteniendo los beneficios correspondientes en materia de tiempo y lugar. Tiene como finalidad colocar el producto u ofrecer en un sitio y momento adecuados para dar al consumidor la satisfacción que desea obtener al realizar su adquisición. (p.57).

Permite determinar los medios publicitarios que la empresa utilizará para comercializar el servicio funerario y las estrategias necesarias para competir en el mercado con la finalidad de posicionarse y obtener la fidelidad de los usuarios.

2.6. Administración

Rojas A. (2010): En todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se trata de alcanzar sus metas u objetivos, con ayuda de las personas y de las cosas, mediante el desempeño de ciertas labores esenciales, como son la planeación, la organización, la dirección y el control. (p. 13).

Identificar la definición de administración, le facilitará a la empresa combinar todos los recursos necesarios para desarrollar sus actividades adecuadamente.

2.6.1. Proceso administrativo

Hurtado D. (2009):“Serie ordenada de actos que sirve de cause formal, a la actividad administrativa”. (p. 47).

- Elementos del proceso administrativo

- Planeación

Implica que el pequeño empresario debe planear sus objetivos con orden y sentido común. Se basa primordialmente en un plan o método, y no en una corazonada. Planear hoy lo que se tienen que hacer mañana.

- Organización

Coordinar a la personas y a las cosas de su empresa, en busca de una objetivo común, lo cual implica la asignación organizada de funciones a casa persona y a la relaciones entre ellos.

- Dirección

Cómo el pequeño empresario debe dirigir a sus empleados e influir sobre ellos, de tal manera que estos contribuyan al logro de los objetivos establecidos.

- Control

Es supervisar el trabajo de otro y los resultados obtenidos, para asegurar que se alcancen las metas tal como fueron planeadas.

La implementación de los elementos del proceso administrativo le ayudarán a la empresa a planear, organizar, dirigir y controlar el cumplimiento de los objetivos y metas planteados para la realización de las actividades y tareas necesarias en la prestación del servicio, mediante el control de dicho procesos permitiendo detectar y prevenir errores para que no afecte el accionar de la empresa.

2.7. Estudio Técnico

2.7.1. Localización óptima del proyecto.

Murcia J. (2009): Al elegir la mejor localización dentro de todas las alternativas existentes, la óptima es la que permite tener la máxima tasa de rentabilidad o el mínimo costo total de producción unitario, pues está condicionada por el comportamiento o grado de influencia de las fuerzas “locacionales”, o sea, de las variables que orientan o determinan la distribución espacial de la inversiones. (p. 245).

- **Macrolocalización del Proyecto**

Murcia J. (2009): Se ocupa de la comparación de las alternativas propuestas para determinar cuál o cuáles regiones serán aceptables para la localización macro del proyecto; puede ser toda una zona o región geográfica que cumpla con la exigencias requeridas para dar la mejor propuesta a esta necesidad. (p. 246)

- **Microlocalización del proyecto**

Si bien es cierto que la microlocalización no supera los problemas generados por la macrolocalización, es mediante ella como se elaboran los datos finales de la selección y se aclaran las dudas que no se resolvieron con el macroanálisis.

El determinar la localización del proyecto, ayuda a establecer las características que afectaran el desarrollo del mismo, además se definirá la macro y micro localización del proyecto, definiendo el lugar geográfico en donde se ubicara la empresa, considerando la accesibilidad al lugar y la disponibilidad de recursos necesarios para la prestación del servicio.

2.7.2. Presupuesto técnico

Guerra, G. (2011): Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización. También puede ser definido como el documento que detalla las acciones y metas definidas en el Plan Operativo expresadas en términos monetarios. (p. 9).

La elaboración de un presupuesto técnico, le ayudara a la empresa a determinar el valor de la inversión inicial que se requerirá para su ejecución en la cual se incluirá materiales e insumos necesarios para la prestación del servicio.

2.8. Estudio financiero

2.8.1. Conceptos básicos

Según la NIIF para PYMES los siguientes términos se definen:

- **Activo**
Un activo es un recurso contralado por la entidad como resultado de sucesos pasados, del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos.
- **Pasivo**
Un pasivo es una obligación presente de la entidad, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos.

- **Patrimonio**

Patrimonio es la parte residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos.

- **Ingreso**

Ingresos son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo sobre el que se informa, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como decrementos de las obligaciones, que dan como resultado aumentos del patrimonio, distintas de las relacionadas con las aportaciones de inversores de patrimonio.

- **Gasto**

Gastos son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo sobre el que se informa, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien por la generación o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio, distintos de los relacionados con las distribuciones realizadas a los inversores de patrimonio.

2.8.2. Estados financieros

Rincón C. y otros, (2009): Son resúmenes de la información contable que refleja la situación financiera de la empresa, dirigidos a los usuarios internos y externos para que puedan evaluar y tomar decisiones con respecto a las actividades y responsabilidades que tiene con el movimiento operativo y económico de esta. (p. 286).

- **Estado de situación financiera**

Según la NIIF para PYMES, Sección 4 (2009), un “Estado de Situación Financiera (que a veces denominada el balance) presenta los activos, pasivos y patrimonio de una entidad en una fecha específica al del periodo sobre el que se informa”. (p.31).

El balance general permitirá tener una visión de la situación financiera de la empresa durante un periodo de tiempo que por lo general es de un año. Dicha información será la base tomar las decisiones necesarias para el accionar de la empresa.

- **Estado de resultados integral**

“Estado de Resultados presentará todas las partidas de ingreso y gasto reconocidas en el periodo excepto en las que estén reconocidas en el resultado integral total fuera del resultado tal y como permite esta NIIF”. (p. 35)

El estado de resultados es una estructura financiera donde se resume ingresos, egresos como también se determina la utilidad o perdida en un periodo económico de la empresa.

- **Estado de flujo de efectivo.**

Estado de flujo de efectivo proporciona información sobre los cambios en el efectivo y equivalentes al efectivo de una entidad durante el periodo sobre el que se informa, mostrando por separado los cambios según procedan de actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación. (p. 40).

Este estado da la posibilidad de conocer los resultados de las actividades que la empresa ejerza en un periodo determinado y poder deducir las

razones de los cambios en la situación financiera, constituyendo en una importante ayuda en la administración del efectivo, el control del capital, y en la utilización eficiente de los recursos.

- **Estado de cambios en el patrimonio**

El estado de cambios en el patrimonio presenta el resultado del periodo sobre el que se informa de una entidad, las partidas de ingresos y gastos reconocidas en el otro resultado integral para el periodo, los efectos de los cambios en políticas contables y las correcciones de errores reconocidos en el periodo, y los importes de las inversiones hechas, y los dividendos y otras distribuciones recibidas, durante el periodo por los inversores en el patrimonio. (p. 40).

Este estado permite conocer los cambios surgidos en el patrimonio de una entidad, con la finalidad de mostrar la situación real de la empresa e un periodo determinado a sus inversores.

- **Notas a los estados financieros**

Las notas contienen información adicional a la presentada en el estado de situación financiera, estado de resultados integral, estado de resultados (si se presenta), estado de resultados y ganancias acumulados combinado (si se presenta), estado de cambios en el patrimonio y estado de flujos de efectivo. (p. 46).

Estas notas permiten adicionar aclaraciones de las cuentas detalladas en los diferentes estados, con la finalidad de que la información presentada sea captada y entendida por las partes interesadas.

2.9. Técnicas de evaluación del proyecto

2.9.1. Valor actual neto (VAN)

Baca, G. (2010): Valor actual neto determina el valor presente de los flujos futuros de efectivo generados en el periodo de vida útil del proyecto, resulta de restar la suma de flujos descontados a la inversión inicial. Si la diferencia de los flujos de efectivos futuros y los gastos generados es mayor a cero, entonces la inversión será buena; ya que se obtendrá beneficios; caso contrario; es decir que los flujos de efectivos actualizados son menores que cero, el proyecto no es viable. (p.182).

El valor actual neto es aquel que permite determinar el valor que realmente se obtiene como renta una vez realizada una inversión, es una técnica muy utilizada para establecer si es viable invertir en un proyecto.

2.9.2. Tasa interna de retorno (TIR)

Baca, G. (2010): Tasa interno de retorno es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Evalúa un proyecto en función de que existe rentabilidad o no, durante el periodo de vida útil del proyecto. (p.184).

La tasa interna de retorno permite medir la rentabilidad que tendrá un proyecto de inversión en términos porcentuales, mismo que servirá para analizar si el proyecto está generando las rentas deseadas o si se necesita maximizarlas.

2.9.3. Periodo de recuperación de la inversión

Baca, G. (2010): “Tiempo de recuperación de la inversión es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”. (p.186)

El periodo de recuperación de la inversión es un método utilizado para medir el tiempo de recuperación de la inversión realizada; dicha medición y análisis de éste se la realiza para proporcionar a las empresas el punto de partida para cambiar sus estrategias de inversión con finalidad de determinar la rentabilidad de la empresa.

2.9.4. Relación beneficio - costo

Murcia, J.(2009): “Indicador que consiste en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos.” (p. 318).

El índice de rentabilidad o costo / beneficio permite decidir si se acepta todos los proyectos con un índice mayor a 1. Si el índice de rentabilidad es mayor a 1 el valor actual es mayor que la inversión y por lo tanto exactamente a la misma decisión que el valor actual neto.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Finalidad del estudio

En la actualidad los servicios funerarios prestados por las empresas existentes son de gran importancia, puesto que la mayoría de las personas que han sufrido la pérdida de un familiar prefieren contar con una empresa que se encargue de la realización de todos los trámites necesarios para la velación e inhumación del difunto.

El estudio de mercado en el presente estudio ayudó a obtener información acerca de demanda del servicio en la ciudad, además permitió establecer la cantidad de demanda insatisfecha de tal manera que justifique la implementación del proyecto; además se realizó un análisis de la importancia dada por los usuarios a cada uno de los servicios funerarios y decidir el enfoque que la empresa dará a cada uno de estos.

Además el presente estudio permitió determinar la aceptación que tendrá la empresa en el mercado al cual está dirigido y en base a estos resultados se establecerá los servicios que formaran parte del paquete funerario que se pretende ofrecer, así también determinar los mecanismos de comercialización que se utilizarán para dar a conocer el servicio funerario a la ciudadanía.

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para conocer la competencia de la empresa y de esta manera establecer estrategias que permita su aceptación en el

medio, con la finalidad de determinar la demanda potencial que tendrá el servicio.

3.2.2. Objetivos específicos

- Conocer la aceptación de la empresa en el mercado, y determinar la demanda actual y futura que tendrá el servicio.
- Determinar la competencia existente del servicio en el mercado.
- Establecer precios competitivos acordes con el servicio.
- Conocer el mercado meta para la implementación del servicio funerario.

3.3. Identificación del servicio

En cualquier lugar del mundo la muerte de una persona conlleva a la celebración de rituales acorde a cada cultura y tradiciones; para los entierros no se hacía uso de empresas funerarias simplemente se asistía a una iglesia y luego se conducía el cortejo al cementerio portando el ataúd en hombros.

Por tal razón la empresa ofrecerá a la población de Tulcán un servicio funerario que incluya desde el ataúd, la velación, el entierro hasta los trámites legales necesarios para la inhumación del cadáver, de acuerdo a los requerimientos solicitados en la adquisición del servicio, mediante una atención y ayuda personalizada.

Además se diseñó planes de pago que incluyan montos y plazos accesibles para cubrir anticipadamente los costos funerarios, de tal forma que no representen un fuerte gasto ante la pérdida de un familiar.

Para la determinación del servicio funerario a ofertar se consideró las costumbres y creencias religiosas de los ciudadanos, para lo cual se pondrá a consideración dos clases de servicios funerarios con la finalidad de que

estos cubran los requerimientos y necesidades de los usuarios de acuerdo a sus creencias y costumbres, los servicios que incluirán estos tipos de paquetes funerarios se describen a continuación:

- Servicio funerario al estilo colonial

Para el servicio funerario al estilo colonial, la empresa prepara las instalaciones de acuerdo a lo solicitado; es decir, el arreglo de la capilla es en forma rústica mediante la utilización de cirios, flores naturales e imágenes antiguas que conserven el estilo colonial o antiguo, manteniendo un ambiente acogedor y confortable a los familiares y personas que asistan al velorio, dicho paquete incluirá los siguientes servicios:

Tabla 8:

Servicio estilo colonial

Servicio estilo colonial	
Cofre metálico con herrajes Adquisición de nicho Servicio Eclesiástico Sala de velación Preparación de Cadáver Parte mortuario	Transporte Arreglos florales Servicio de Cafetería Tramitación legal Honras primer mes

Elaborado por: La Autora

- Servicio funerario al estilo moderno

El servicio funerario el estilo moderno, la empresa prepara la capilla para la velación de una forma más actual; es decir, mediante la utilización de candelabros o torcheros eléctricos, arreglos florales artificiales que conserven el estilo moderno o actual en la velación del cuerpo, siempre manteniendo un ambiente acogedor para los familiares y personas que asistan al velorio, dicho paquete de servicios consta de lo siguiente:

Tabla 9:
Servicio estilo moderno

Servicio estilo moderno	
Cofre metálico liso Adquisición de nicho Servicio Eclesiástico Sala de velación Preparación de Cadáver Parte mortuario	Transporte Servicio Auto carroza Arreglos florales Servicio de Cafetería Tramitación legal Honras primer mes

Elaborado por: La Autora

3.4. Mecánica operativa

3.4.1. Identificación de la población

Para el presente estudio se consideró los datos de la Población Económicamente Activa comprendida en la edades de 20 a 69 años de edad de la ciudad de Tulcán, que según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) corresponde a 47.808 habitantes, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 10:

Población según de edades de Tulcán

EDADES	2010
De 20 a 24 años	7264
De 25 a 29 años	7003
De 30 a 34 años	6249
De 35 a 39 años	6118
De 40 a 44 años	5581
De 45 a 49 años	4816
De 50 a 54 años	3511
De 55 a 59 años	2882
De 60 a 64 años	2376
De 65 a 69 años	2008
TOTAL	47808

Fuente: INEC.

Elaborado por: La Autora

Debido a que los datos de la población corresponden al censo realizado en el año 2010, se procedió a proyectar la misma para el año 2013 tomando como tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Tulcán que según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial corresponde a 1,66%; con la finalidad de obtener datos más acertados. A través de la utilización de la siguiente fórmula:

$$P_o = P_I(1 + i)^n$$

Dónde:

P_o = Población Proyectada

P_I = Población Inicial

i = Tasa de crecimiento poblacional → 1,66

n = Tiempo

Tabla 11:

Proyección de la población

EDADES	2014
De 20 a 24 años	7758
De 25 a 29 años	7480
De 30 a 34 años	6674
De 35 a 39 años	6534
De 40 a 44 años	5961
De 45 a 49 años	5144
De 50 a 54 años	3750
De 55 a 59 años	3078
De 60 a 64 años	2538
De 65 a 69 años	2145
TOTAL	51062

Elaborado por: La Autora

3.4.2. Determinación de la muestra

Para la determinación de la muestra se aplicara la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Tamaño de la Muestra

N = Población objeto de estudio

σ^2 = Varianza; valor constante que equivale a $\rightarrow 0,25$

Z = Nivel de confianza 95% que equivale a $\rightarrow 1.96$

E = Limite aceptable de 5% $\rightarrow 0.05$

Aplicación de la fórmula

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

$$n = \frac{51.062(0,25) (1,96)^2}{(0,05)^2(51.062 - 1) + (0,25) (1,96)^2}$$

$$n = 381$$

De esta manera se trabajó con una muestra de 381 personas, las cuales aportarán información valiosa para la elaboración del presente proyecto.

3.5. Tabulación y análisis de la encuesta

1. ¿Ha sufrido usted la pérdida de un ser querido?

Tabla 12:

Pérdida ser querido

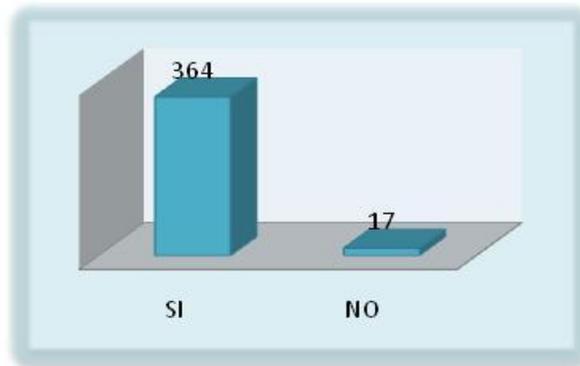
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	364	96
No	17	4
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico6:

Pérdida ser querido



ANÁLISIS:

Una vez realizada la investigación se puede argumentar que la mayoría de los ciudadanos de Tulcán han sufrido la pérdida de un ser querido; por tal razón la creación de una empresa que brinde servicios funerarios tendría aceptación en el mercado.

2. ¿Ha accedido usted al servicio de una funeraria?

Tabla 13:

Acceso al servicio de funeraria

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	227	60
No	154	40
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico7:

Acceso al servicio de funeraria



ANÁLISIS:

De acuerdo a la información obtenida se puede mencionar que la población si ha adquirido el servicio de una funeraria, dependiendo del parentesco que tenían con el fallecido.

3. ¿El servicio al que accedió fue?:

Tabla 14:

Tipo de servicio funerario

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pagado	102	27
Gratuito	125	33
Ninguno	154	40
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico8:

Tipo de servicio funerario



ANÁLISIS:

Con la información obtenida se puede determinar que la mayoría de las personas que accedieron a un servicio funerario, lo realizaron en una de las funerarias de las Cooperativas de Ahorro y Crédito de la ciudad, mientras que un 40% de los encuestados no adquirió este servicio debido a que realizaron la velación en sus domicilios.

4. ¿De acuerdo a las siguientes opciones el servicio al que accedió incluía?:

Tabla 15:
Servicios

OPCIONES		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Opción 1	Féretro Arreglos Florales Sala de Velación Servicio Eclesiástico Nicho o túmulo	289	76
Opción 2	Prep. del Cadáver Parte Mortuorio Oratoria Servicio Cafetería Tramitación Legal	41	11
Ninguno		51	13
TOTAL		381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico9:
Servicio



ANÁLISIS:

Una vez analizada la información obtenida, se determina que el servicio funerario al que accedió la mayoría de la población incluía los servicios detallados en la opción uno de la presente pregunta, para lo cual la empresa debe considerar que dichas opciones formen parte de los paquetes funerarios a ofertarse.

5. ¿Para la velación e inhumación de su ser querido hubo problemas en conseguir un servicio funerario?

Tabla 16:

Problemas en conseguir el servicio

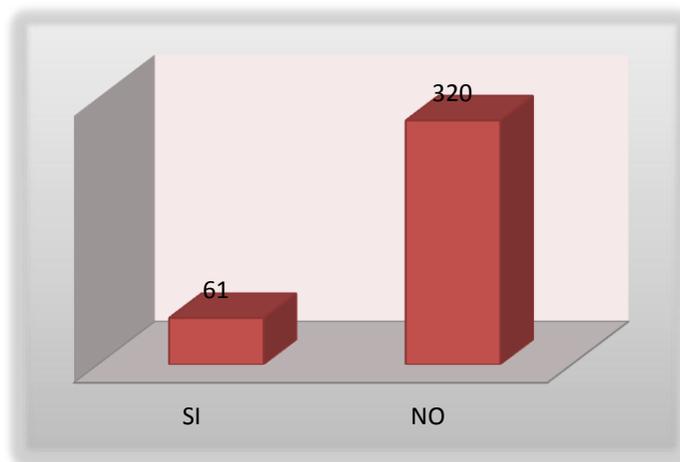
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	61	16
No	320	80
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico10:

Problemas en conseguir el servicio



ANÁLISIS:

A través de la investigación realizada se obtuvo como resultado que la mayoría de las personas que accedieron a un servicio funerario no tuvo ninguna clase de problemas en el momento de contratar un servicio funerario, debido a que la persona que falleció era socio en una de las Cooperativas de ahorro y Crédito de la ciudad.

6. El servicio que prestan las funerarias a la ciudadanía tulcanesa es:

Tabla 17:

Servicio funerario en Tulcán

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	5	1
Bueno	137	36
Regular	227	60
Malo	12	3
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico11:

Servicio funerario en Tulcán



ANÁLISIS:

El servicio funerario ofertado a la ciudadanía por parte de las Cooperativas de Ahorro y Crédito está considerado regular, pese a que el servicio es gratuito, generando insatisfacción por parte de los ciudadanos. Ante esto la empresa debe ofrecer servicios en forma diversa para facilitar el duelo al que se encuentran expuestos usuarios.

7. ¿Qué servicios le gustaría que preste una funeraria de acuerdo a las siguientes opciones?

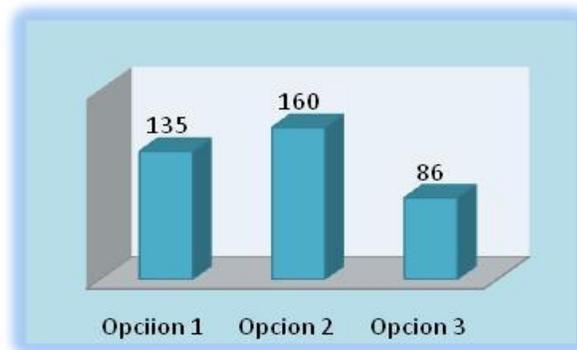
Tabla 18:
Servicios

OPCIONES		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Opción 1	Parte Mortuorio Sala de Velaciones Alquiler Nicho	135	35
Opción 2	Preparación del Cadáver Servicio de Cafetería Tramitación Legal Servicio Eclesiástico	160	42
Opción 3	Oratoria Transporte	86	23
TOTAL		381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico12:
Servicios



ANÁLISIS:

En referencia al tipo de servicios que debería prestar una funeraria, la mayoría de los encuestados le gustaría que el servicio funerario incluya los servicios de la opción 2 de la presente pregunta, al manifestar que es óptimo que exista una empresa que se encargue de la realización de todos los trámites necesarios para la velación e inhumación del cadáver en los momentos menos esperados.

8. ¿Le gustaría que exista una empresa que se encargue de todos los servicios funerarios con la mayor discreción y en forma oportuna?

Tabla 19:

Creación de la empresa

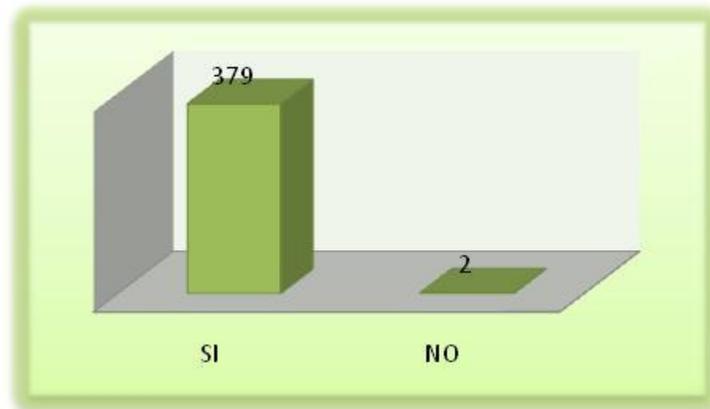
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	379	99
No	2	1
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico13:

Creación de la empresa



ANÁLISIS:

De acuerdo al resultado, existe en la ciudadanía la necesidad de contar con una empresa que brinde un servicio funerario en forma integral y oportuna que ofrezca servicios diferentes a los actuales de tal manera que facilite el duelo al que se está expuesto ante la pérdida de un familiar.

9. ¿Estaría dispuesto a contratar un servicio funerario que incluya los servicios mencionados anteriormente?

Tabla 20:

Contratación del servicio

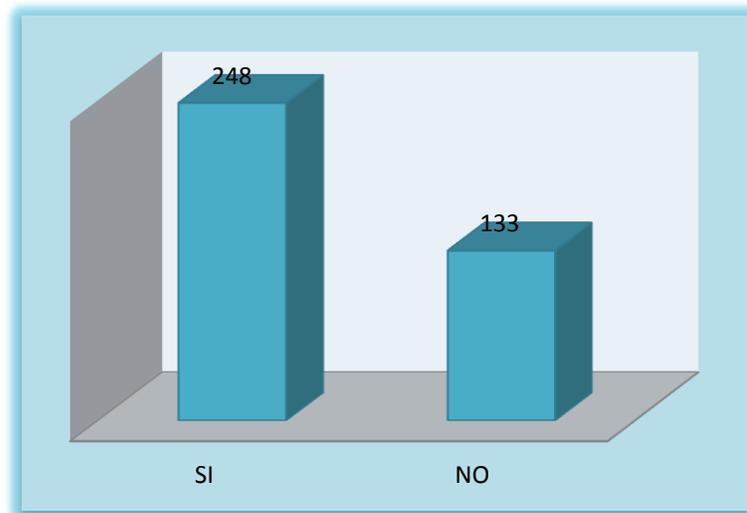
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	248	65%
No	133	35%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico 14:

Contratación del servicio



ANÁLISIS:

De acuerdo a la información obtenida, se refleja que el 65% de las personas encuestadas estarían dispuestas a contratar una empresa que brinde este tipo de servicios.

10. ¿Qué tipo de servicio estaría dispuesto a contratar?

Tabla 21:

Tipo de servicio a contratar

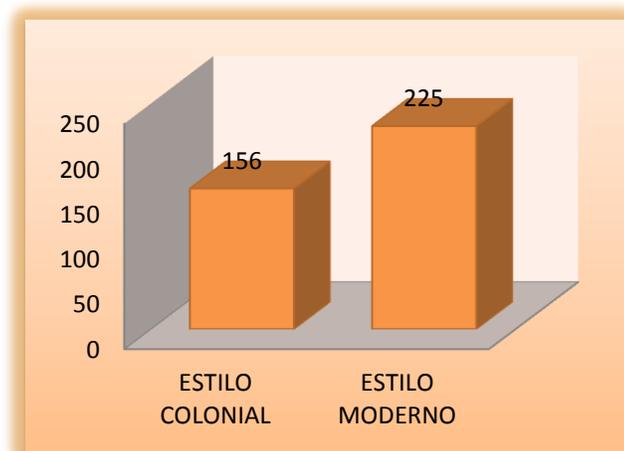
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estilo colonial	156	41
Estilo moderno	225	59
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico15:

Tipo de servicio



ANÁLISIS:

Según el resultado obtenido, se determina que la mayoría de las personas prefieren contratar el servicio funerario al estilo moderno que ofertará la empresa.

11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por estos servicios?

Tabla 22:

Servicio estilo colonial

PRECIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,000.00	294	77
1,100.00	83	22
1,200.00	4	1
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico16:

Costo servicio estilo colonial

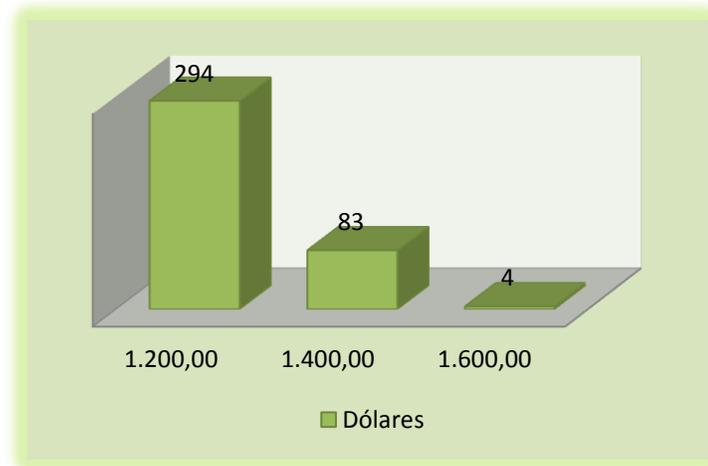


Tabla 23:

Servicio estilo moderno

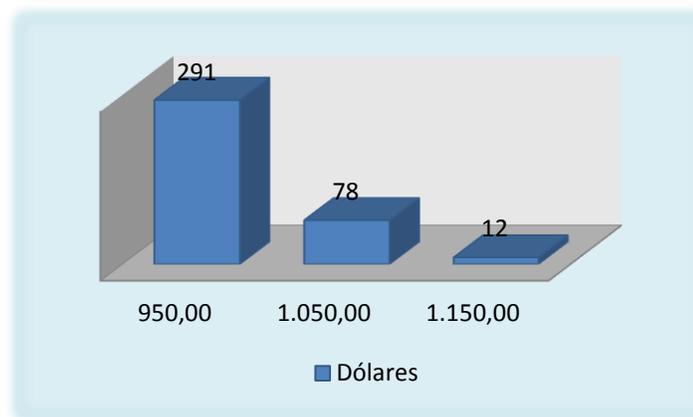
PRECIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
950.00	291	76
1,050.00	78	20
1,150.00	12	3
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico17:

Costo servicio estilo moderno



ANÁLISIS:

De acuerdo a la información obtenida, la mayoría de la población prefiere que el costo por el servicio al estilo colonial sea el valor de \$ 1.000,00 y por el servicio al estilo moderno es el valor de \$ 950,00.

12. ¿Cree usted conveniente la creación de un fondo que reserve su servicio funerario a futuro?

Tabla 24:

Fondo servicio funerario

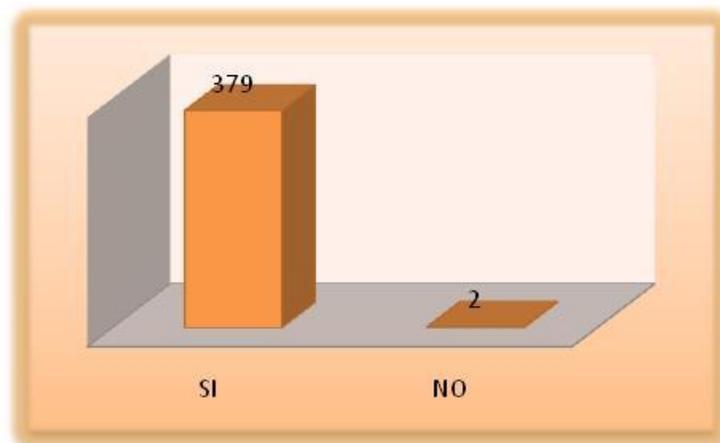
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	379	99
No	2	1
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico18:

Fondo de servicio funerario



ANÁLISIS:

Luego de la investigación y desarrollo de la encuesta se obtuvo como resultado favorable la aceptación de la creación de este fondo, con el propósito de cubrir anticipadamente el servicio funerario, de tal forma que no representen altos gastos para las personas ante el fallecimiento de un familiar.

13. ¿Cómo estaría dispuesto a abonar por el fondo de servicio funerario?

Tabla 25:

Abono al fondo funerario

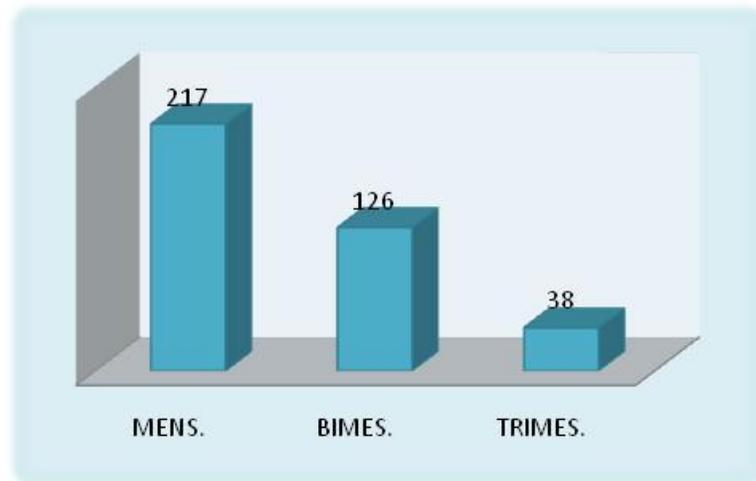
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	217	57
Bimestral	126	33
Trimestral	38	10
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico19:

Abono al fondo funerario



ANÁLISIS:

Del resultado obtenido, se determina que la recaudación del fondo funerario sea en forma mensual puesto que la mayoría de las personas obtienen sus ingresos mensualmente y destinarían parte de estos como abono al fondo.

14. ¿Qué medio de comunicación es de su preferencia?

Tabla 26:
Preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	102	27
Televisión	220	58
Prensa escrita	59	15
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico20:
Preferencia



ANÁLISIS:

Según el resultado reflejado, es óptimo que la comunicación de la empresa se realice a través de la televisión al considerarse el medio de mayor preferencia por los ciudadanos; sin embargo, no se descartarán los otros medios como la radio y la prensa escrita, ya que se tratará de ofertar el servicio a todas las personas de la ciudad, mediante la utilización de varios medios de comunicación. Además se considera que en lo posterior se realice publicaciones mediante el uso del internet; es decir, a través de la creación de una página web y publicidad a través de las redes sociales.

Datos técnicos de la encuesta aplicada a la población

1. Edad

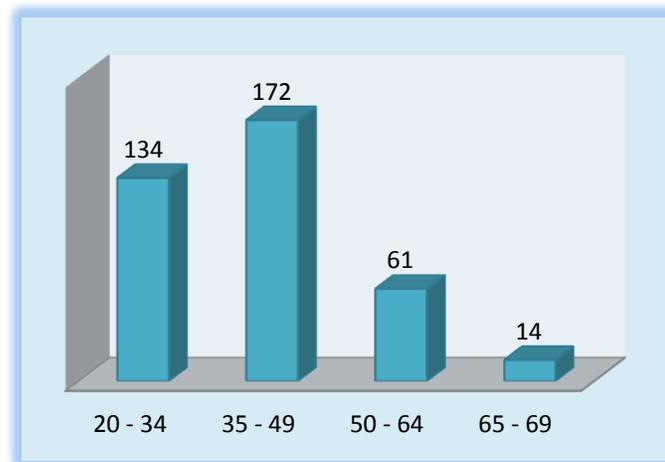
Tabla 27:
Edad

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 - 34	134	35
35 - 49	172	45
50 - 64	61	16
65 - 69	14	4
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico21:
Edad



ANÁLISIS:

De acuerdo a la información obtenida se determina que la mayoría de las personas encuestadas se encuentran en un rango de edad de los 35 a los 49 años, teniendo como una minoría los grupos de 50 a 64 y de 65 a 69 años de edad.

2. Género

Tabla 28:

Género

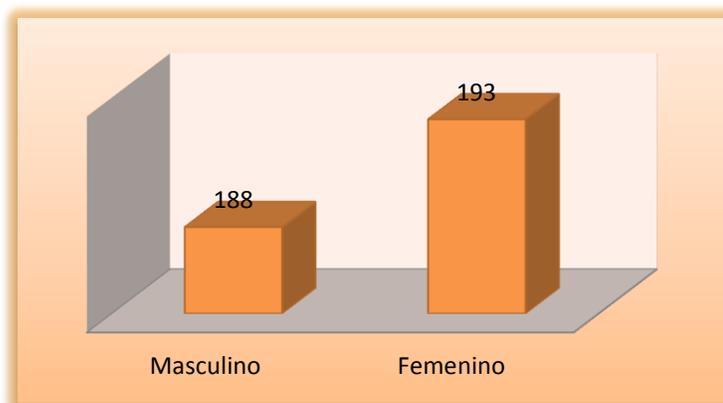
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	188	49
Femenino	193	51
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico22:

Género



ANÁLISIS:

De acuerdo a la información reflejada en el gráfico se especifica que la mayoría de los encuetados pertenecen al género femenino, seguido de un valor considerable para el género masculino.

3. Ocupación

Tabla 29:

Ocupación

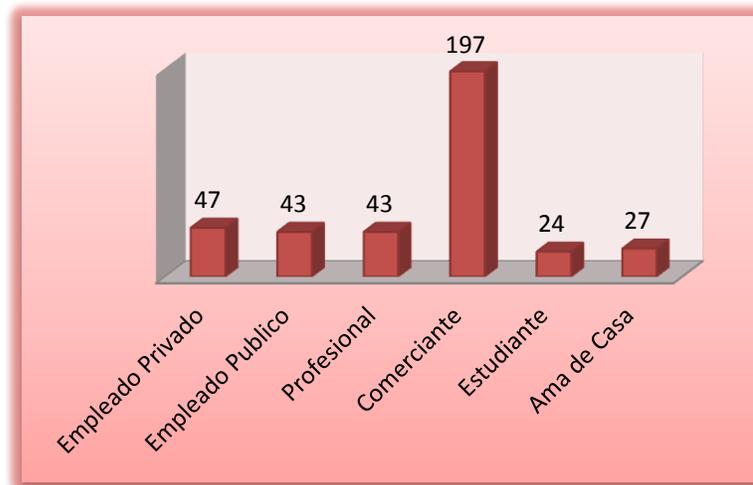
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleado Privado	47	12
Empleado Publico	43	11
Profesional	43	11
Comerciante	197	52
Estudiante	24	6
Ama de Casa	27	7
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a la población, enero 2013

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 23:

Ocupación



ANÁLISIS:

De acuerdo a la información obtenida se determina que la mayoría de las personas encuestadas son económicamente activas, mientras que un porcentaje inferior corresponde a personas económicamente inactivas.

3.6. Segmentación

Para el presente estudio se tomó en cuenta la segmentación demográfica, debido a que se basa en características de la población tales como:

- Ingresos.- Los ingresos de las familias tulcaneñas de acuerdo a la encuesta de empleo, desempleo y subempleo realizada por el INEC, se encuentra alrededor de los 600.00 dólares, lo que permite que puedan contratar este tipo de servicio.
- Clase Social.- En la ciudad de Tulcán es más notoria la clase social baja y media alta, razón por la cual se han establecido precios de acuerdo a las clases sociales existentes en la ciudad.
- Ocupación.- Se considera este factor debido a que según la ocupación laboral de los ciudadanos su nivel de ingresos varía y estarían en las condiciones de contratar este tipo de servicio.
- Edad.- La edad considerada para el presente proyecto se encuentra determinada entre los 20 y 69 años de edad, debido a que según el censo de población y vivienda lo que las personas comprendidas en esta edad se encuentran en condiciones para trabajar y de esta manera adquirir un bien o un servicio.

Se utilizó este tipo de segmentación, ya que está más relacionado a los factores que influyen en la demanda, debido a que proporciona información para el desarrollo e implementación del proyecto.

3.7. Mercado meta

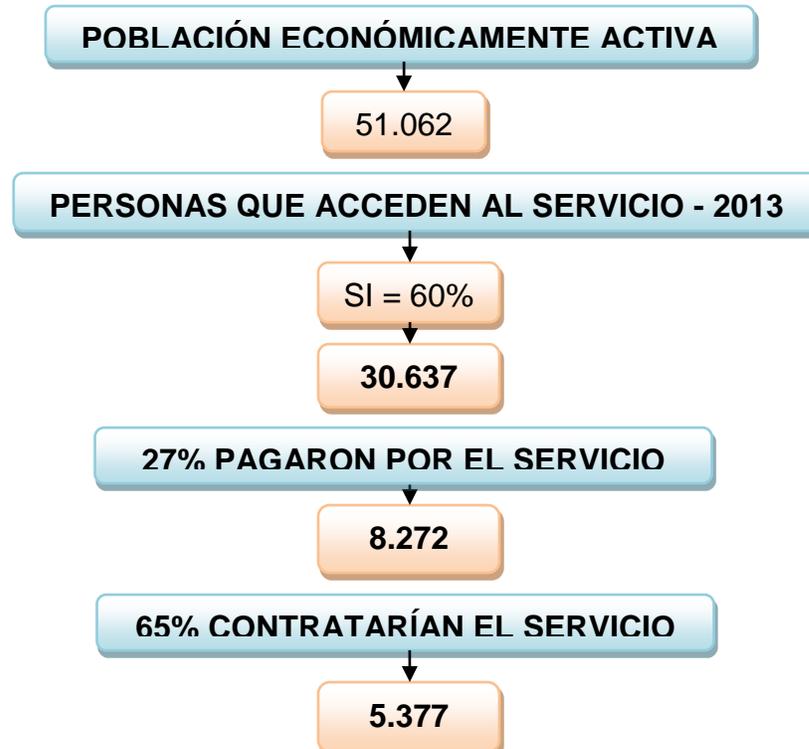
El mercado meta para el servicio funerario a ofertar según la base del estudio es la población económicamente activa comprendida en la edades de 20 a 69 años, de la ciudad de Tulcán, puesto que esta población genera ingresos y por lo tanto se encuentra en condiciones de adquirir un servicio. De

acuerdo a la información obtenida en la encuesta se considera como clientes potenciales del servicio funerario a aproximadamente 5289 personas.

3.8. Análisis de la demanda

Para determinar la demanda que tendrá el servicio funerario se considera el número de personas que accedieron a este tipo de servicio, dicha información se encuentra reflejada en la pregunta 2 del estudio de mercado; considerando que del total de la población económicamente activa el 60% ha adquirido el servicio, mientras que en la pregunta 3 se observa que el 27% de las personas que accedieron al servicio fue pagado, de las cuales el 65% si estaría dispuesto a contratar este tipo de servicio dicha información se encuentra reflejada en la pregunta 9 del estudio de mercado. Obteniendo como demanda potencial 5289 habitantes, de acuerdo al siguiente análisis:

Ilustración 1: *Determinación de la demanda*



Elaborado por: La Autora

Tabla 30:

Comportamiento de la demanda

Demanda histórica	
Año	TOTAL DEMANDA
2009	4951
2010	5034
2011	5118
2012	5203
2013	5289
2014	5377

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

3.9. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda futura de servicios funerarios se realiza en base a la población económicamente activa de años anteriores utilizando como tasa de crecimiento el 1,66% de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Tulcán, ya que este porcentaje se ha mantenido estable desde el año 2001.

En la proyección de la demanda se utilizó la siguiente fórmula:

$$C_f = C_1 (1 + i)^n$$

Dónde:

C_f = Demanda Futura

C₁ = Demanda actual

i = Tasa de crecimiento → 1.66%

n = Tiempo

Tabla 31:

Demanda futura

Demanda futura	
AÑO	DEMANDA
2015	5.466
2016	5.557
2017	5.649
2018	5.743
2019	5.838

Elaborado por: La Autora

3.10. Análisis de la oferta

A continuación se presenta datos históricos del comportamiento de la oferta de los servicios funerarios en la ciudad, correspondientes a los servicios prestados por las cooperativas de ahorro y crédito en el año, tomando en cuenta que no se registran datos de las demás salas de velación de la ciudad, por cuanto éstas no llevan un registro del número de velaciones en el año.

Tabla 32:

Comportamiento de la oferta

Comportamiento de la oferta			
Años	Coop. Tulcán	Coop. Pablo Muñoz Vega	Total oferta
2010	115	43	158
2011	120	72	192
2012	133	83	216
2013	152	114	266
2014	165	120	285

Fuente: Coop. De Ahorro y Crédito Tulcán y Pablo Muñoz Vega
Elaborado por: La Autora

3.11. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se realizó mediante la aplicación de la tasa de crecimiento de mortalidad correspondiente al cantón Tulcán la cual es de 2,85%, que se la obtuvo a través de datos facilitados por la Agencia Tulcán de la dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación del Carchi. Para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$C_f = C_1(1 + i)^n$$

Dónde:

C_f = Oferta Futura

C₁ = Oferta actual

i = Tasa de mortalidad → 2,85%

n = Tiempo

Tabla 33:
Oferta futura

Año	Oferta
2015	289
2016	315
2017	352
2018	406
2019	480

Elaborado por: La Autora

3.12. Demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se realizó una diferencia entre la demanda futura y la oferta futura con la finalidad de establecer un mercado al cual la empresa debe dirigirse.

Tabla 34:

Demanda insatisfecha

Años	Oferta futura	Demanda futura	Demanda insatisfecha
2015	289	5.466	5.177
2016	315	5.557	5.242
2017	352	5.649	5.297
2018	406	5.743	5.337
2019	480	5.838	5.358

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al resultado reflejado se concluye que existe una gran demanda insatisfecha para el año 2015, razón por la cual se considera importante la ejecución del presente estudio de factibilidad, con la finalidad de satisfacer la demanda potencial existente.

3.13. Precio

Para la determinación del precio se consideró los resultados reflejados en las preguntas 11 y 12 del estudio de mercado y el costo del servicio funerario en el mercado; para lo cual se realizó un promedio entre estos valores más un margen de utilidad obteniendo de esta manera el precio que cobrará la empresa por el servicio.

3.14. Determinación de precios

Costo de mercado de los servicios que integrarán los paquetes funerarios al estilo colonial y moderno.

**COSTO DE PAQUETES DE SERVICIOS AL ESTILO COLONIAL Y
MODERNO**

- Costo de ventas del paquete de servicios al estilo colonial:

Tabla 35:

Servicio colonial

Servicio	
<ul style="list-style-type: none"> • Cofre Lineal • Alquiler del nicho • Servicio Eclesiástico • Sala de velación • Preparación del cadáver • Parte mortuario 	<ul style="list-style-type: none"> • Arreglos Florales Naturales • Oratoria • Cafetería • Música en vivo • Tramitación legal • Honras Primer mes
TOTAL COSTO	510.00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

- Costo de venta del paquete se servicio funerario al estilo moderno:

Tabla 36:

Servicio moderno

Servicio	
<ul style="list-style-type: none"> • Cofre Copa • Adquisición de nicho • Servicio Eclesiástico • Sala de velación • Preparación del cadáver • Parte mortuario 	<ul style="list-style-type: none"> • Oratoria • Cafetería • Carroza Fúnebre • Arreglos florales Artificiales • Tramitación legal • Misa de honras primer mes
TOTAL COSTO	380.00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Para la determinación del precio de venta se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{PRECIO} = \frac{\text{Costo de mercado} + \text{Precio que estaría dispuesto a pagar}}{2} + \text{Margen de Utilidad}$$

PRECIO SERVICIO ESTILO COLONIAL

$$\text{PRECIO} = \frac{510.00 + 1,000.00}{2} + 35\%$$

$$\text{PRECIO} = 755.00 + 264.25$$

$$\text{PRECIO} = 1,019.25$$

PRECIO SERVICIO ESTILO MODERNO

$$\text{PRECIO} = \frac{380.00 + 950.00}{2} + 35\%$$

$$\text{PRECIO} = 665.00 + 232.75$$

$$\text{PRECIO} = 897.75$$

- Resumen de precios para el servicio funerario al estilo colonial y moderno

Tabla 37:

Determinación del precio

Determinación del precio	
Servicio Colonial	1,019.25
Servicio Moderno	897.75

Elaborado por: La Autora

3.15. Proyección de precios

Para la proyección de los precios se considera la tasa de inflación a diciembre del 2013, la cual fue de 2,7% según datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 38:

Proyección de precios

Proyección de precios		
Años	Estilo Colonial	Estilo Moderno
0	1019.25	897.75
1	1046.77	921.99
2	1075.03	946.88
3	1104.06	972.45
4	1133.87	998.70
5	1164.48	1025.67

Elaborado por: La Autora

Cabe indicar que los precios anteriormente detallados corresponden a la cancelación de contado por la contratación del servicio, para la acumulación en el fondo de reservación de los servicios funerarios se incrementará el

15,99% de interés, mismo que corresponde a la tasa de interés activa referencial estipulada por el Banco Central del Ecuador.

3.16. Análisis de la competencia

En el análisis realizado en la oferta se determinó que existen en la ciudad dos funerarias que brindan el servicio de velación, estas son pertenecientes a las Cooperativas de Ahorro y Crédito de la ciudad constituyéndose estas en la principal competencia para la Empresa de Servicios Funerarios al Estilo Colonial y Moderno.

Estas funerarias orientan principalmente sus servicios a sus socios activos en forma gratuita en el cual se incluye lo siguiente:

- Sala de velación,
- Alquiler del nicho,
- Féretro,
- Misa.

Mientras que para los socios inactivos y no socios se debe cancelar por los servicios citados anteriormente un valor que oscila entre 600.00 y 800.00 dólares; en dicho valor no incluye la cancelación por:

- | | |
|---------------------------|---------------------------------|
| • Parte mortuario | • Arreglos florares naturales |
| • Tramitación legal | • Música |
| • Servicio de cafetería | • Oratoria |
| • Preparación del cadáver | • Misa de honras del primer mes |
| • Traslado del cadáver | |

Por tal razón los precios estipulados para la ejecución de esta empresa son mayores debido a que en el servicio funerario que se pretende ofertar se incluirá los servicios que ya brindan las funerarias existentes más los citados anteriormente.

Se considera que la competencia representa una oportunidad para la empresa funeraria ya que obliga a incluir nuevos servicios y mejorar los frecuentes, con la finalidad de facilitar la tramitación legal necesaria para la inhumación del difunto y de esta manera satisfacer los requerimientos de los usuarios.

3.17. Servicio

El servicio que se desea poner a disposición de la ciudadanía tulcanesa se lo realizará en forma oportuna y con la mayor discreción; sea en forma individual o mediante la solicitud del paquete de servicios detallados a continuación:

- Venta del ataúd o urna, en los casos que sea necesario.
- Traslado del cadáver hasta la funeraria para la preparación del cuerpo.
- Traslado hacia la funeraria o al lugar que determine la persona que solicita el servicio.
- Gestión del certificado de defunción.
- Coordinación técnica con el cementerio para la adquisición del nicho o túmulo.
- Parte mortuario por radio, televisión y prensa escrita.
- Servicio de cafetería, para los asistentes al velorio.
- Traslado del cadáver hasta el cementerio para su sepelio en carroza fúnebre.
- Atención psicológica si es requerida por el usuario.

3.18. Plaza

La plaza es el lugar en donde se ubicará la funeraria, en este caso será en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi; considerando para su implementación

un lugar estratégico el cual sea de fácil acceso para que las personas acudan a la empresa a solicitar el servicio.

Se debe tomar en cuenta que el lugar en donde se implantará la empresa cuente con los recursos necesarios para la oferta y prestación del servicio funerario hacia la ciudadanía tulcanesa.

3.19. Estrategias de comercialización

La dinámica que aplicará la empresa para la comercialización del servicio se basa en realizar fuertes campañas publicitarias, con la finalidad de que las personas conozcan de la existencia de esta nueva empresa en la ciudad; por tal razón, es importante establecer los medios que se utilizará para dicha campaña, para lo cual se incluirá lo siguiente:

- Brindar un servicio ágil, oportuno y de calidad.
- Dar a conocer el servicio que se ofertará a través de spots publicitarios en el canal local, publicidad en internet, radio, prensa, repartir hojas volantes, dípticos y trípticos por la ciudad.
- Enfatizar la publicidad del servicio a través de la visita puerta a puerta dando a conocer en qué consiste y los beneficios que brindará,
- Participar en los eventos sociales organizados por empresas públicas o privadas con la finalidad de posicionar la empresa en la mente de los ciudadanos.

A continuación se muestra el modelo de las hojas volantes que se hará circular por toda la ciudad.

Gráfico24:

Modelo hoja volante



*En los momentos más difíciles
déjenos ayudarle....*

"SAN CRISTÓBAL"
Funeraria C. A.

Le Ofrece:

- * Féretro
- * Nicho (alquiler)
- * Servicio de Carroza
- * Sala de Velación o velación a domicilio
- * Estética del Cadáver
- * Parte Mortuorio
- * Misa de cuerpo presente
- * Tramitación legal
- * Servicio de Cafetería
- * Transporte
- * Arreglos Florales
- * Misa de Honras del Primer Mes

Atención las 24h00 del día
Dirección: Av. Rafael Arellano y Calle Pichincha
Tulcán - Ecuador

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CONCLUSIONES

- Mediante el estudio realizado se concluye que el nivel de aceptación de la empresa en el mercado es satisfactorio, por tanto es necesaria su implementación, debido a que no existe una institución que brinde servicios funerarios en forma integral.
- La competencia existente en la ciudad no satisface los requerimientos y necesidades de los usuarios, por cuanto la creación de esta empresa permitirá cubrir la demanda insatisfecha existente mediante la prestación de servicios funerarios en forma diversa.
- Tomando en cuenta la economía del sector se estableció precios razonables y accesibles para los usuarios del servicio funerario.
- Para la comercialización del servicio la empresa debe realizar fuertes campañas publicitarias con la finalidad de dar a conocer el servicio que se desea ofertar a la población tulcanense.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

La elaboración del presente estudio, permite determinar la localización óptima, el tamaño, los equipos, las instalaciones y la organización para el funcionamiento del proyecto; además se determinará la inversión necesaria para su creación.

4.1. Localización de la empresa

La Funeraria estará ubicada en el sector sur de la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi considerándolo un lugar apto para la construcción, por cuanto cuenta con las condiciones necesarias para una adecuada ejecución del proyecto.

4.1.1. Macrolocalización

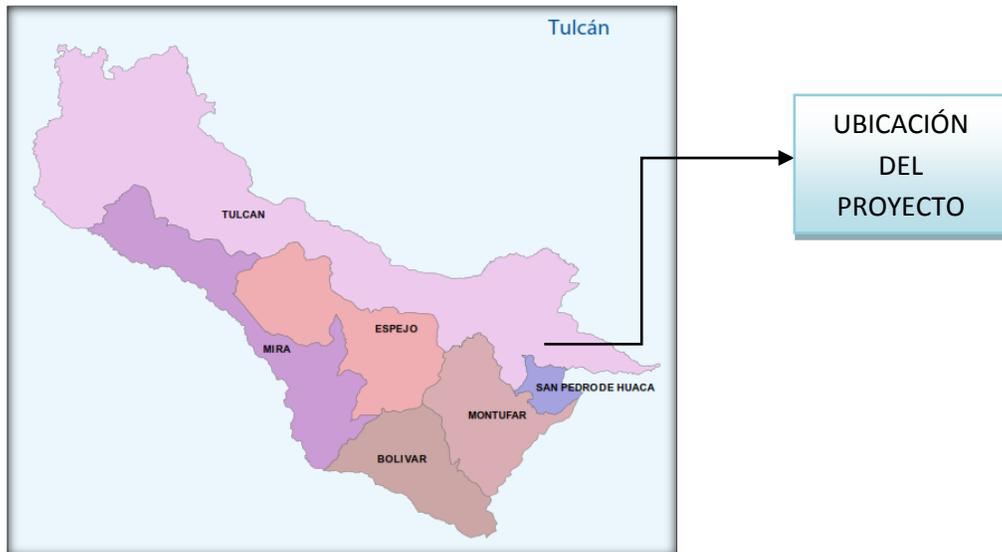
Para el análisis de la macrolocalización para la empresa funeraria se considera los siguientes aspectos:

- Provincia → Carchi
- Cantón → Tulcán
- Parroquia → Tulcán

El cantón Tulcán se encuentra ubicado en la Provincia del Carchi al norte del país, frontera con la República de Colombia.

Gráfico25:

Macrolocalización



Fuente: Delegación Electoral del Carchi
Elaborado por: La Autora

4.1.2. Microlocalización

Para la microlocalización del proyecto se tendrá en cuenta condiciones específicas que permitirá establecer el lugar donde se ejecutará el proyecto, para lo cual se considerará la siguiente información:

- Sector
- Barrio
- Obras de infraestructura
- Vías de acceso
- Transporte
- Mano de obra

- Sector.

El lugar donde se ejecutará el proyecto es en la zona urbana de la ciudad, lo cual facilitará el desarrollo de las actividades de la empresa, así como brindar un buen servicio a los usuarios de la funeraria, con las facilidades para acceder a servicios básicos, necesarios para el funcionamiento del proyecto.

- Barrio

El proyecto se ubicará en el centro de la ciudad de Tulcán, parroquia González Suárez, debido a que en este sector se encuentran los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto.

- Obras de infraestructura.

El lugar donde se ejecutará la empresa dispone de infraestructura básica como: alcantarillado, agua potable, luz eléctrica, facilitando de esta manera el acceso y la prestación del servicio en forma oportuna.

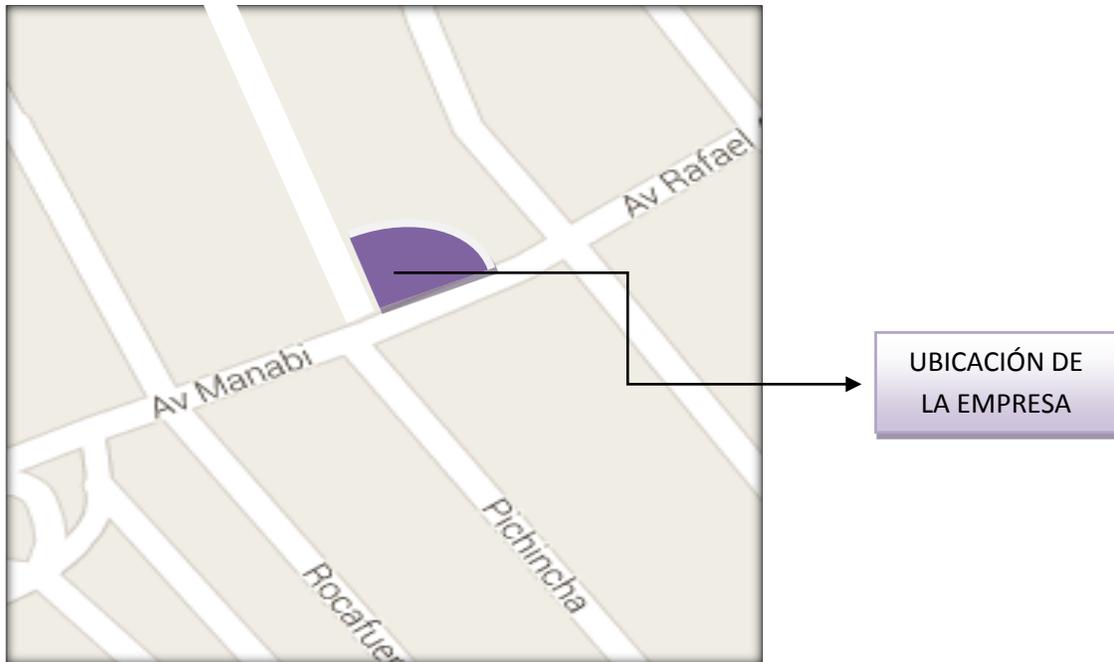
- Vías de acceso

En cuanto a las vías de acceso hacia el lugar en donde se implantará la empresa se las considera de primer orden puesto a que se encuentran adoquinadas, facilitando de esta manera el acceso de los usuarios mediante la utilización de cualquier medio de transporte, así como el transporte del cadáver hacia la funeraria y hacia el cementerio para su inhumación.

- Transporte

En lo que se refiere a la movilización, en la ciudad de Tulcán existen tres cooperativas de transporte urbano las cuales transitan por la Av. Rafael Arellano, además cuenta con cinco cooperativas de taxis, mismas que recorren toda la ciudad, facilitando el acceso de los usuarios a la funeraria para solicitar el servicio o para asistir a la velación de una persona fallecida.

Gráfico26:
Microlocalización



Fuente: Delegación Electoral del Carchi
Elaborado por: La Autora

4.2. Tamaño del proyecto

Definir el tamaño del proyecto es importante, ya que permite determinar la capacidad para la prestación del servicio. Para la determinación de la capacidad instalada se considera que al contar con dos salas de velaciones la empresa está en la capacidad de atender una velación diaria o dos velaciones al mismo tiempo cada dos días.

4.2.1. Factores determinantes

- Mercado

Varias empresas han encontrado una oportunidad de mercado en aquellas familias que quieren pre-pagar sus servicios funerarios ofreciendo servicios

que van desde la utilización de los salones de velación, hasta la compra de mausoleos familiares.

De acuerdo al análisis realizado en el estudio de mercado se ve la necesidad de implementar esta empresa funeraria, que brinde servicios en forma integral y de calidad a la ciudadanía tucaneña; debido a que en la ciudad no existe una empresa que ofrezca un servicio en forma integral como lo plantea esta funeraria.

- Disponibilidad de recursos financieros

La inversión que se necesitará para la operación y ejecución de la empresa es de \$ 45.921,03 de los cuales se tiene como capital propio el 33% que corresponde al valor de \$ 15.921,03 como capital externo el 67% el cual representa un valor de \$ 30,000.00, mismos que se financiarán mediante crédito en el Banco Nacional de Fomento.

- Disponibilidad de insumos, materiales y necesidades generales.

La disponibilidad de insumos, materiales y necesidades generales se deberán identificar y se medirán con la finalidad de determinar el costo final del servicio. En tiempos de escases la empresa debe abastecerse de materias primas o insumos en cantidades suficientes y de óptima calidad para cubrir las necesidades del proyecto.

- Optimización del tamaño del proyecto

Se estima que la capacidad física de la empresa de servicios funerarios que se propone permite cubrir parte de la demanda existente en el mercado, para lo cual la empresa está en la capacidad de atender 365 velaciones; es decir, una velación diaria pero al existir tres funerarias la capacidad de la empresa se reduciría a atender a 122 velaciones al año que equivale a la tercera parte de las muertes ocurridas en la ciudad.

Tabla 39:

Capacidad instalada

N° Usuarios anuales
365
N° Velaciones estimadas
122

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

La visión de la presente empresa es incrementar la cantidad de usuarios disponibles para la prestación del servicio considerando formar alianzas con las demás empresas que permitan satisfacer las necesidades y requerimientos de la población, con la finalidad de cubrir parte de la demanda insatisfecha existente en el mercado.

Se considera que para las captaciones de abono al fondo funerario la empresa iniciaría con una meta de obtener como mínimo una captación para el estilo colonial y dos captaciones para el estilo moderno en forma mensual para el primer año de inicio de actividades; para los siguientes años se incrementará el número de captaciones en un 50% tomando como referencia el primer año.

4.2. Prestación del servicio

En el siguiente esquema se identifican las diferentes actividades que debe realizar la empresa para cumplir con la prestación del servicio funerario hacia los usuarios.

Ilustración 2:

Símbolo significado

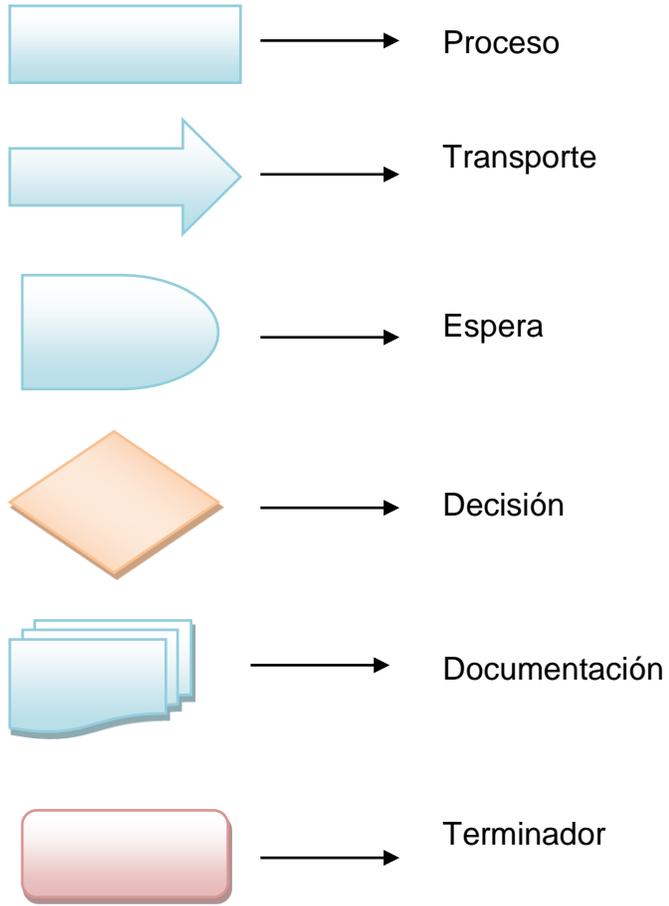
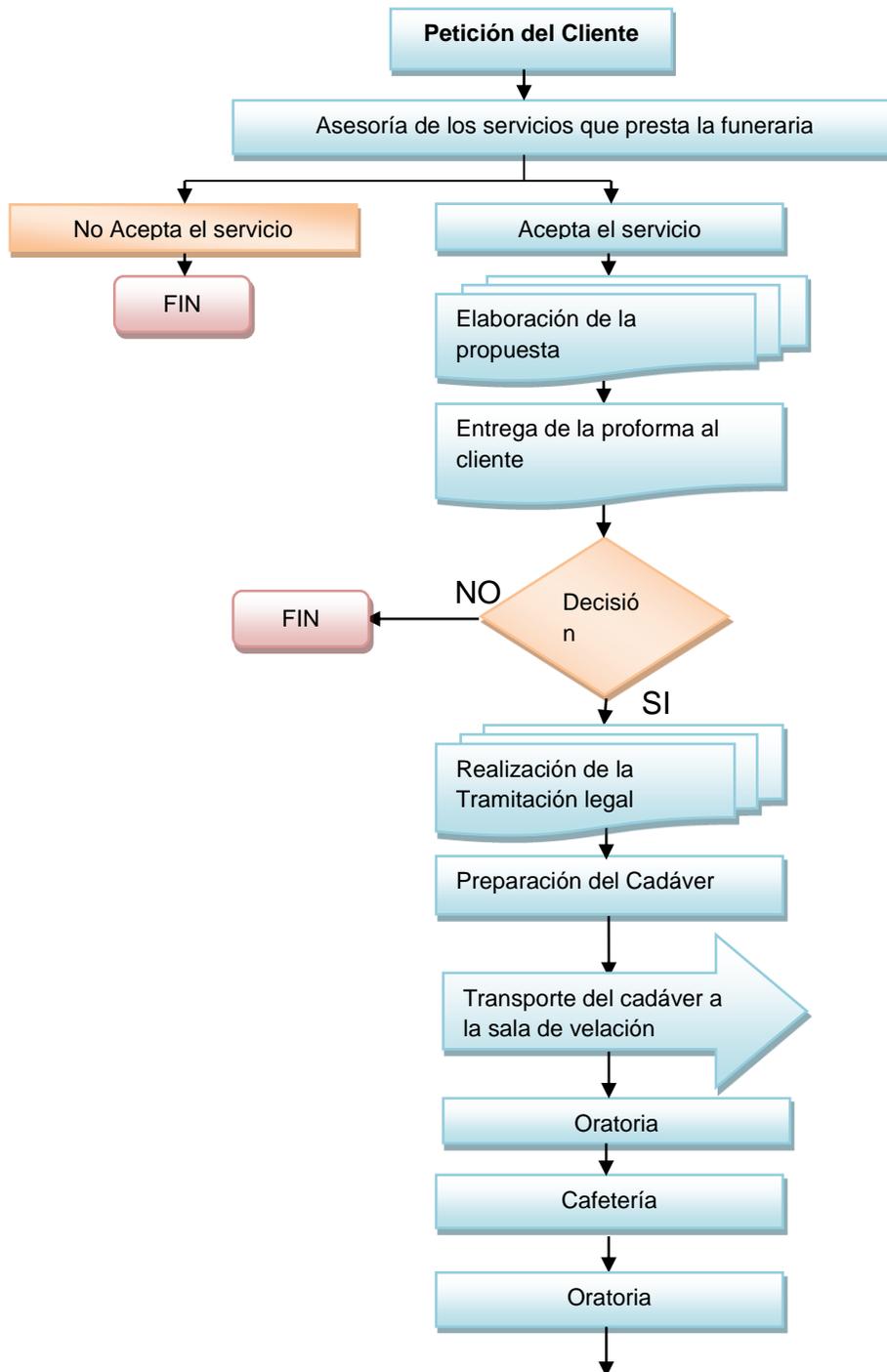
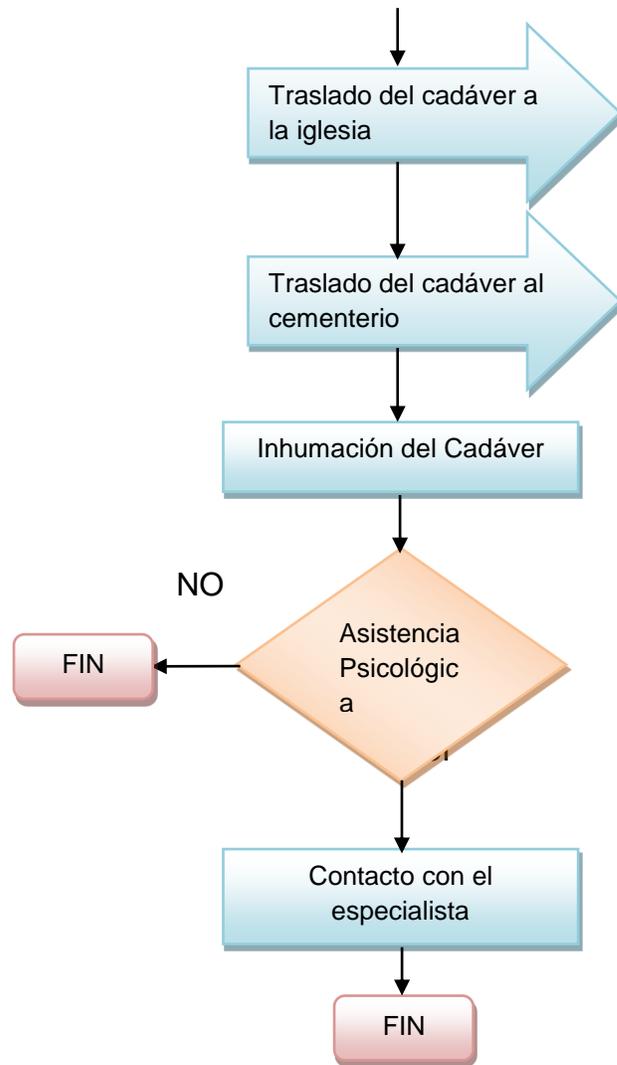


Ilustración 3:
Proceso de prestación de servicio





Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Ilustración 4:

Proceso de preparación del cadáver



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

4.3. Ingeniería del Proyecto

4.3.1. Infraestructura física

El diseño de las instalaciones de la funeraria, va acorde a las necesidades de cada área tales como:

Tabla 40:

Instalaciones

Área funeraria	Área Administrativa
Salas de Velación	Gerencia
Salas de espera	Contabilidad
Tanatopraxia	Sala de Reuniones
Cocinas	Baños
Dormitorios	Conserje
Baños	

Fuente: Diseño arquitectónico

Elaborado por: La Autora

4.3.2. Distribución de la planta

- El área total de la funeraria es de 215.68 metros cuadrados los cuales se dividen de la siguiente manera para cada una de las áreas que componen el Área Funeraria.

Tabla 41:

Instalaciones funeraria

Funeraria	Área m ²
Salas de Velación	72.80 m ²
Salas de espera	23.44 m ²
Tanatopraxia	26.32 m ²
Cocinas	34.40m ²
Dormitorios	29.32 m ²
Baños	29.32m ²
TOTAL	215.68 m ²

Fuente: Diseño arquitectónico

Elaborado por: La Autora

- El área total de la sección administrativa es de 50,30 metros cuadrados los cuales se dividen de la siguiente manera para cada uno de los departamentos que la conforman:

Tabla 42:

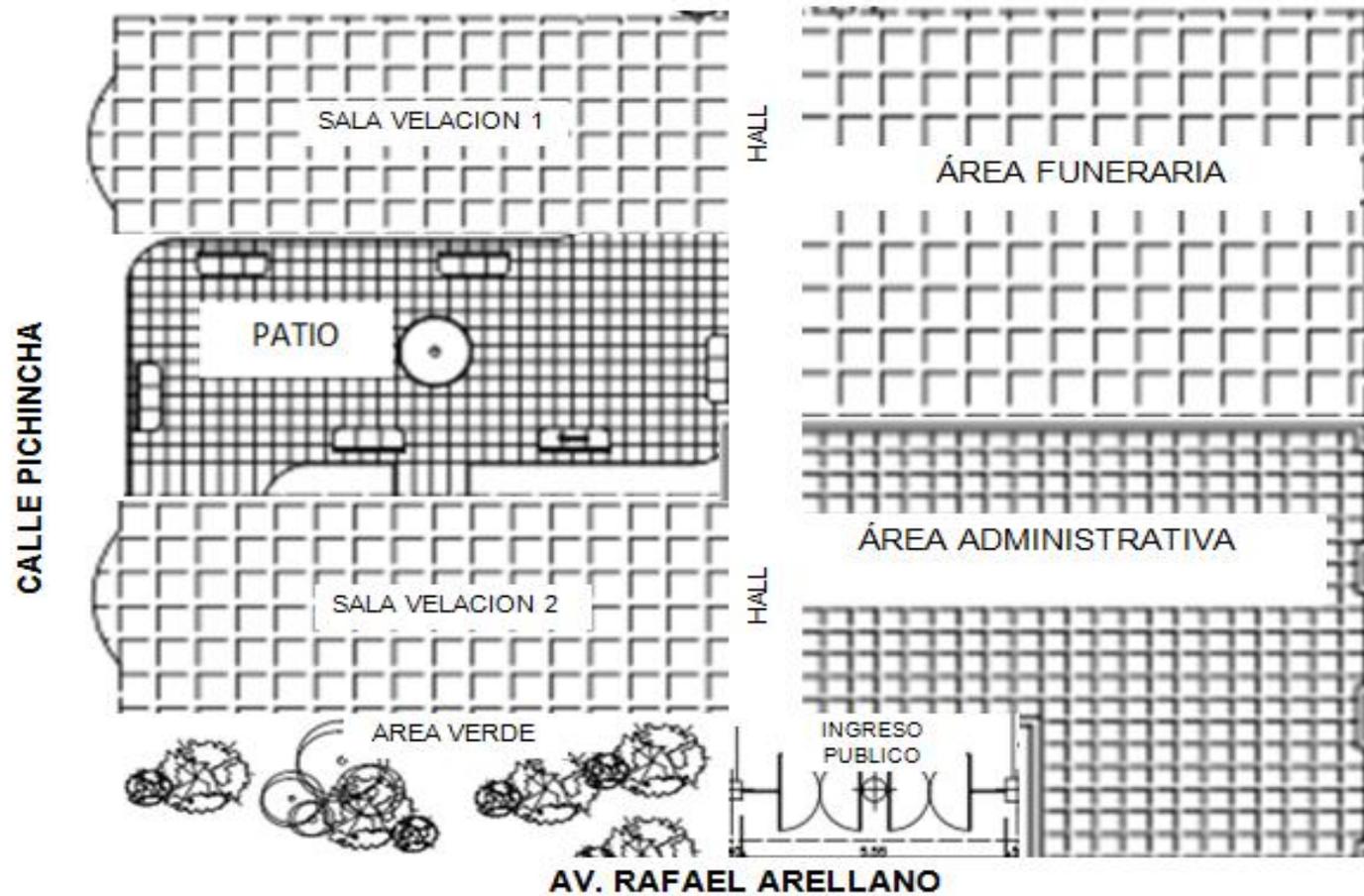
Instalaciones administrativas

Administrativa	Área m ²
Gerencia	18.90 m ²
Contabilidad	14.50 m ²
Tesorería / Secretaría	13.60 m ²
Sala de Reuniones	16.40 m ²
Baños	8.70 m ²
Sala de Espera	14.10 m ²
Conserje / Guardianía	15.60 m ²
Guardianía	11 m ²
TOTAL	112.80 m ²

Fuente: Diseño arquitectónico
Elaborado por: La Autora

Gráfico27:

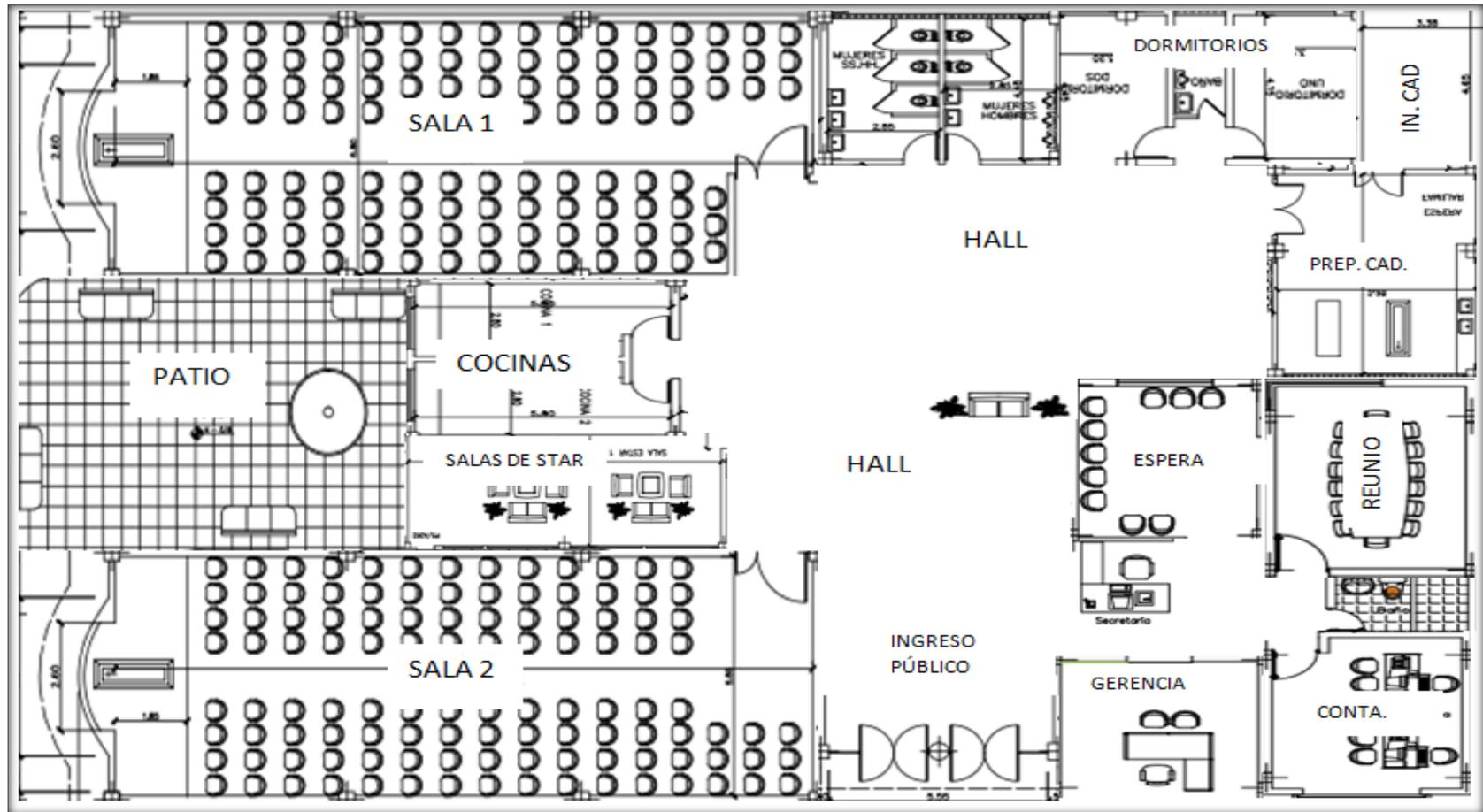
Distribución de la planta



Elaborado por: Arq. Miguel Changuán

Gráfico28:

Área total de la funeraria



Elaborado por: Arq. Miguel Changuán

4.3.3. Equipamiento

- Área administrativa

Tabla 43:

Muebles de oficina

MUEBLES DE OFICINA			
	Cant.	Precio Unt.	Total
Escritorio	4	280.00	1,120.00
Sillas Giratoria	2	120.00	240.00
Sillas	21	32.00	672.00
Archivero	3	170.00	510.00
		TOTAL	2,542.00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Tabla 44:

Equipo de computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
	Cant.	Precio Unt.	Total
Computadoras	3	554.40	1,663.20
Impresoras Sencilla	1	94.08	94.08
Impresora Laser	1	330.40	330.40
		TOTAL	2,087.68

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

- Área funeraria

Tabla 45:

Equipo funerario

EQUIPO FUNERARIO			
	Nro.	Precio Unt.	Total
Farolas juego	2	1,500.00	3,000.00
Pedestales Juego	2	500.00	1,000.00
Cirios Grandes	4	80.00	320.00
Cirios Medianos	8	45.00	360.00
Mesa preparación Cad.	2	600.00	1,200.00
Sillas	175	32.00	5,600.00
Equipo tantológico	3	60.00	180.00
Camas	2	330.40	660.80
Juego de Sala	2	780.00	1,560.00
TOTAL			13,880.80

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Menaje

Tabla 46:

Menaje

CAFETERAS			
	Cant.	Precio Unt.	Total
Cafeteras 100 tazas	2	250.00	500.00
Cafeteras 42 tazas	2	60.00	120.00
TOTAL			620.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

4.3.4. Inversiones

En esta sección se determina el tipo de inversión requerida para la creación de la empresa; es decir, el establecimiento de los recursos necesarios para la ejecución y desarrollo del proyecto.

- Inversión fija

Para la ejecución del presente proyecto se debe adquirir: maquinaria, equipos necesarios para la operacionalización del mismo, a continuación se detalla dichos recursos:

- Equipamiento

El equipamiento que la empresa necesita para iniciar a sus operaciones tendrá un costo total de \$ 19,130.48, detallados a continuación:

Tabla 47:

Equipamiento

EQUIPAMIENTO	COSTO
Muebles de oficina	2,542.00
Equipo de Computación	2,087.68
Equipo Funeraria	13,880.80
Menaje	620.00
TOTAL	19,130.48

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

- Resumen Inversión Fija

En el siguiente cuadro se presenta un resumen de la inversión fija necesaria para la ejecución y operacionalización de la empresa:

Tabla 48:

Resumen inversión fija

	COSTO
Equipamiento	19,130.48
TOTAL	40,930.48

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

- Inversión Variable

Para la gestión de la empresa se requiere de talento humano calificado, comprometido con las actividades que se deleguen para que el servicio funerario que prestará la institución se lo realice en forma personalizada y oportuna. El personal que se requerirá para la ejecución del presente proyecto es el siguiente:

- Requerimiento de personal

Tabla 49:

Personal área administrativa

CARGO	Nº PERSONAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Gerente	1	650.00	7,800.00
Contador / Secretaria	1	340.00	4,080.00
TOTAL SUELDOS	2	990.00	11,880.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Tabla 50:

Personal área funeraria

Cargo	Nº personal	Sueldo mensual	Sueldo anual
Tanatopractor	1	400.00	4,800.00
Conserje	1	340.00	4,080.00
TOTAL	2	740.00	8,880.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Tabla 51:

Beneficios a trabajadores

Beneficio	Mensual	Anual
Aporte patronal	210,11	2.522,34
Décimo tercer sueldo	144,11	1.730,00
Décimo cuarto sueldo	113,29	1.360,00
TOTAL	467,51	5.612,34
Fondos de reserva (a partir del 2 año)	144.11	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

- Resumen de requerimiento de personal

En el siguiente cuadro se presenta un resumen de la inversión variable necesaria para la operacionalización de la empresa:

Tabla 52:

Resumen requerimiento de personal

	VALOR MENSUAL
Personal área funeraria	740.00
Personal área administrativa	990.00
Beneficios a trabajadores	467,51
TOTAL	2.197,51

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

- Suministros de Oficina

Tabla 53:

Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA				
	Und. Med.	Cant.	Precio Unt.	Total
Grapadoras	Unidad	5	2,20	11,00
Esferos	Unidad	16	0,25	4,00
Sellos	Unidad	4	3,00	12,00
Perforadoras	Unidad	5	3,00	15,00
Clips	Cajas	16	0,25	4,00
Papel bond	Resmas	24	2,50	60,00
Teléfonos	Unidad	6	22,00	132,00
Carpetas	Unidad	36	0,25	9,00
TOTAL				247,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

- Alimentación

Tabla 54:

Alimentación

MENAJE				
	Cant.	Precio Unt.	Mensual	Anual
Vasos de icoporpaq. 25 und.	30	1.50	45.00	540.00
Café 5kg.	15	9.80	147.00	1764.00
Azúcar 100 und. 5g.	15	1.50	22.50	270.00
Aromáticas cajas 30 und.	10	1.10	11.00	132.00
TOTAL			225.50	2,706.00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

- Útiles de aseo

Tabla 55:
Útiles de aseo

ÚTILES DE ASEO				
	Cant.	Precio Unt.	Mensual	Anual
Escobas 2 veces al año	2	5.00	10.00	120.00
Traperos 2 veces al año	2	6.50	13.00	156.00
Detergentes 10kg.	2	22.50	45.00	540.00
Papel higiénico x 4 und. 50m.	1	10.80	10.80	129.60
TOTAL			78.80	945.60

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Servicios Básicos

Tabla 56:
Servicios básicos

	Mensual	Anual
Energía Eléctrica	60.00	720.00
Agua	20.00	240.00
Teléfono	40.00	480.00
Internet	21.00	252.00
TOTAL	141.00	1,692.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- Mantenimiento equipos de computación

Tabla 57:
Mantenimiento equipos de computación

	Anual
Mantenimiento dos veces por año	100.00
TOTAL	100.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- o Publicidad

Tabla 58:

Publicidad

	Mensual	Anual
Cuña Radial Lunes a viernes	100.00	1,200.00
Marketing directo 1 vez año, por un mes	300.00	300.00
Hojas volantes, trípticos. Una vez al año	300.00	300.00
Prensa escrita una vez al mes cada domingo	25.00	300.00
TOTAL	725.00	2,100.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- o Alquiler carroza fúnebre

Para la prestación del servicio de carroza fúnebre se procederá al alquiler de las mismas en la ciudad de Ipiales, por cuanto en esta ciudad existen varias funerarias que prestan este servicio y al cual se puede acceder sin ningún inconveniente, para lo cual se cancelará el valor de \$ 20.00 dólares para el traslado del cadáver hacia la funeraria y posteriormente al cementerio para la sepultura.

- o Arriendo de local

Para la instalación de la funeraria se considera el arriendo de una casa antigua, debido a que este tipo de construcción es amplia y se lo puede adecuar a los requerimientos de la empresa. Dicha construcción tiene un área total de 350 m², la cual se encuentra ubicada en la Avenida Rafael Arellano y Calle Pichincha esquina. Por el arriendo de dicha estructura se cancelara el valor de \$ 600.00 (seiscientos) dólares mensuales, mas una garantía de dos meses de arriendo equivalentes a 1.200,00 (mil doscientos)

dólares, para la prestación del servicio se debe considerar el costo para la adecuación de las instalaciones el cual es de 20.000,00 (veinte mil) dólares.

Tabla 59:

Costo arriendo local

Nivel	Mensual
Arriendo	600.00
Garantía	1,200.00
Adecuación	20,000.00
TOTAL	21,800.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

o Resumen inversión variable

En el siguiente cuadro se presenta un resumen de la inversión variable que se necesitará para la ejecución de la empresa:

Tabla 60:

Resumen inversión variable

	COSTO
Requerimiento de personal	2.197,51
Suministros de Oficina	247,00
Alimentación	225,50
Útiles de Aseo	78,80
Servicios Básicos	141,00
Mantenimiento equipos de computación	100,00
Publicidad	725,00
Adecuaciones local	21.800,00
TOTAL	25.514,81

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

4.3.5. Capital de trabajo

El capital de trabajo del presente proyecto representa todos los recursos necesarios para la ejecución de la empresa, el cual se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 61:
Capital de trabajo

Detalle	Total ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos	1.730,00
Beneficios de ley	467,51
Suministros de Oficina	247,00
Útiles de Aseo	78,80
Servicios Básicos	141,00
Alimentación	225,50
Mantenimiento Equipo computación	100,00
Arriendo y adecuaciones local	21,800.00
Total gastos administrativos	24.789,81
GASTOS DE VENTA	
Publicidad	725.00
Total gasto de venta	725.00
TOTAL	25.514,81
Imprevistos 5%	1.275,74
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	26.790,55

Elaborado por: La Autora

- Resumen de inversiones requeridas

Tabla 62:

Resumen inversiones requeridas

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Inversión Variable	25.514,81
Inversión fija	19.130,48
TOTAL	44.645,29

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

4.3.6. Financiamiento

El financiamiento del presente proyecto se realizará con un capital propio y externo, de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla 63:

Financiamiento

Descripción	Monto de inversión	Capital propio 35%	Capital externo 65%
Inversión Fija	19.130,48	6.632,62	12.497,86
Capital de Trabajo	26.790,55	9.288,40	17.502,14
TOTAL	45.921,03	15.921,03	30.000,00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Presupuesto de ingresos

Para la determinación de los ingresos que obtendrá la empresa se considera todo los rubros provenientes de la prestación de servicio funerario al estilo colonial y moderno, de contado o pago financiado como abono al fondo.

Para la proyección se consideró una tasa de inflación a diciembre del 2013, correspondiente al 2,70%.

Tabla 64:

Ingreso prestación de servicios funerarios por estilo pago de contado y por abono al fondo funerario

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018	2019
PAGO DE CONTADO						
Número de velaciones estilo colonial		50	51	52	53	54
Precio	1,019.25	1.046,77	1.075,03	1.104,06	1.133,87	1.164,48
SUBTOTAL		52.338,49	54.826,66	57.411,04	60.095,00	62.882,05
Número de velaciones estilo moderno		72	74	76	78	80
Precio	897.75	921,99	946,88	972,45	998,70	1.025,67
SUBTOTAL		66.383,23	70.069,34	73.906,11	77.898,98	82.053,60
TOTAL		118.721,71	124.896,00	131.317,15	137.993,99	144.935,65
ABONO AL FONDO						
Número de captaciones estilo colonial		12	18	24	30	36
Precio		598,81	598,81	598,81	598,81	598,81
SUBTOTAL		7.185,71	10.778,57	14.371,42	17.964,28	21.557,14
Número de captaciones estilo moderno		24	36	48	60	72
Precio		527,43	527,43	527,43	527,43	527,43
SUBTOTAL		12.658,27	18.987,41	25.316,55	31.645,69	37.974,82
TOTAL ABONO		19.843,99	29.765,98	39.687,97	49.609,97	59.531,96
TOTAL INGRESOS		138.565,70	154.661,98	171.005,12	187.603,95	204.467,61

Fuente: Estudio de mercado, estudio técnico

Elaborado por: La Autora

5.2 Determinación del precio

Para establecer el precio del servicio funerario al estilo colonial y moderno, se realiza un promedio entre el costo de mercado y el resultado reflejado en las preguntas 11 y 12 del estudio de mercado, más un margen de utilidad.

$$\text{PRECIO} = \frac{\text{Costo de mercado} + \text{precio que estaría dispuesto a pagar}}{2} + \text{Margen de Utilidad}$$

Tabla 65:

Determinación de precios

Determinación del precio	
Servicio Colonial	1,019.25
Servicio Moderno	897.75

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

Al implementarse el presente proyecto se debe tomar en cuenta que en la ciudad existirían tres funerarias las cuales competirán para obtener el mayor número de servicios al año, de acuerdo a la investigación realizada se establece que en la ciudad muere en promedio una persona diaria lo que equivale a 365 muertes al año, para lo cual la presente empresa se enfocará en la tercera parte de las muertes ocurridas debido a que son tres las empresas que ofertarán un servicio funerario en la ciudad. Considerando que el servicio que tendrá más acogida por parte de la ciudadanía es el estilo moderno por considerarlo el más económico.

Además se establece como margen de utilidad el 35% sobre el costo determinado.

5.3 Presupuesto de egresos

5.3.1 Gastos administrativos

En este rubro se consideran todos los gastos referentes al sueldo del personal que labora en la empresa, además de los recursos utilizados para la prestación del servicio en forma oportuna. Para la determinación de la proyección del sueldo se consideró una tasa del 9% que corresponde al crecimiento de los sueldos básicos, para la proyección de los demás rubros se considera la tasa de inflación que corresponde al 2,7%; los cuales se detallan a continuación:

Tabla 66:
Proyección de sueldos y beneficios

PROYECCIÓN SUELDOS Y BENEFICIOS						
	Año 0	2015	2016	2017	2018	2019
Gerente	7.800,00	8.502,00	9.267,18	10.101,23	11.010,34	12.001,27
Secretaria /Tesorero	4.080,00	4.447,20	4.847,45	5.283,72	5.759,25	6.277,59
Tanatoractor	4.800,00	5.232,00	5.702,88	6.216,14	6.775,59	7.385,39
Conserje	4.080,00	4.447,20	4.847,45	5.283,72	5.759,25	6.277,59
Beneficios	5.612,34	6.117,45	6.812,13	7.425,22	8.093,49	8.821,91
TOTAL	26.372,34	28.745,85	31.477,09	34.310,02	37.397,93	40.763,74

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Tabla 67:
Proyección suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA						
	Año 0	2015	2016	2017	2018	2019
Grapadoras	11,00	11,30	11,60	11,92	12,24	12,57
Esferos	4,00	4,11	4,22	4,33	4,45	4,57
Sellos	12,00	12,32	12,66	13,00	13,35	13,71
Perforadoras	15,00	15,41	15,82	16,25	16,69	17,14
Clips	4,00	4,11	4,22	4,33	4,45	4,57
Papel bond	60,00	61,62	63,28	64,99	66,75	68,55
Teléfonos	132,00	135,56	139,22	142,98	146,84	150,81
Carpetas	9,00	9,24	9,49	9,75	10,01	10,28
TOTAL	247,00	253,67	260,52	267,55	274,78	282,19

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Tabla 68:
Proyección de útiles de aseo

ÚTILES DE ASEO						
	Año 0	2015	2016	2017	2018	2019
Escobas 2 veces al año	120,00	123,24	126,57	129,98	133,49	137,10
Traperos 2 veces al año	156,00	160,21	164,54	168,98	173,54	178,23
Detergentes 10kg.	540,00	554,58	569,55	584,93	600,72	616,94
Papel higiénico x 4 und. 50m.	129,60	133,10	136,69	140,38	144,17	148,07
TOTAL	945,60	971,13	997,35	1.024,28	1.051,94	1.080,34

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Tabla 69:
Proyección de servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS						
	Año 0	2015	2016	2017	2018	2019
Energía Eléctrica	720,00	739,44	759,40	779,91	800,97	822,59
Agua	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99	274,20
Teléfono	480,00	492,96	506,27	519,94	533,98	548,39
Internet	252,00	258,80	265,79	272,97	280,34	287,91
TOTAL	1.692,00	1.737,68	1.784,60	1.832,79	1.882,27	1.933,09

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Tabla 70:
Proyección de alimentación

ALIMENTACIÓN						
	Año 0	2015	2016	2017	2018	2019
Vasos de icoporpaq. 25 und.	540,00	554,58	569,55	584,93	600,72	616,94
Café 5kg.	1.764,00	1.811,63	1.860,54	1.910,78	1.962,37	2.015,35
Azúcar 100 und. 5g.	270,00	277,29	284,78	292,47	300,36	308,47
Aromáticas cajas 30 und.	132,00	135,56	139,22	142,98	146,84	150,81
TOTAL	2.706,00	2.779,06	2.854,10	2.931,16	3.010,30	3.091,58

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Tabla 71:
Proyección mantenimiento equipo de computación

MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN						
	Año 0	2015	2016	2017	2018	2019
Mantenimiento dos veces por año	100,00	102,70	105,47	108,32	111,25	114,25
TOTAL	100,00	102,70	105,47	108,32	111,25	114,25

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Tabla 72:

Proyección gasto arriendo

PROYECCIÓN ARRIENDO						
DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Arriendo Anual	7,200.00	7,394.40	7,594.05	7,799.09	8,009.66	8,225.92
TOTAL	7,200.00	7,394.40	7,594.05	7,799.09	8,009.66	8,225.92

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Tabla 73:

Proyección alquiler carroza fúnebre

ALQUILER CARROZA FÚNEBRE						
DESCRIPCIÓN	Año 0	2015	2016	2017	2018	2019
Alquiler carroza fúnebre	25,00	25,68	26,37	27,08	27,81	28,56
TOTAL	25,00	25,68	26,37	27,08	27,81	28,56

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

A continuación se presenta un resumen de los gastos administrativos necesarios para la ejecución de la empresa:

Tabla 74:

Resumen gastos administrativos

TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS						
DESCRIPCIÓN	Año 0	2015	2016	2017	2018	2019
Gasto sueldos y salarios administrativos	26.372,34	28.745,85	31.477,09	34.310,02	37.397,93	40.763,74
Suministro de oficina	247,00	253,67	260,52	267,55	274,78	282,19
Suministros de Limpieza	945,60	971,13	997,35	1.024,28	1.051,94	1.080,34
Servicios Básicos	1.692,00	1.737,68	1.784,60	1.832,79	1.882,27	1.933,09
Alimentación	2.706,00	2.779,06	2.854,10	2.931,16	3.010,30	3.091,58
Gasto de mantenimiento	100,00	102,70	105,47	108,32	111,25	114,25
Gasto de Constitución		1.500,00				
Gasto Arriendo	7.200,00	7.394,40	7.594,05	7.799,09	8.009,66	8.225,92
Gasto adecuaciones		21.200,00				
Alquiler Carroza Fúnebre	2.240,00	25,68	26,37	27,08	27,81	28,56
TOTAL	41.502,94	64.710,17	45.099,54	48.300,29	51.765,93	55.519,68

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La Autora

5.3.2 Gasto de ventas

Son todos los valores incurridos en la publicidad y propaganda de la empresa, con la finalidad de dar a conocer la comunidad el tipo de servicios que se ofrecerá, en la que se incluye cuñas radiales, hojas volantes, marketing directo, prensa escrita.

Tabla 75:

Gasto de ventas

GASTO DE VENTAS						
DESCRIPCIÓN	Año 0	2015	2016	2017	2018	2019
Cuña Radial Lunes a viernes	1.200,00	1.232,40	1.265,67	1.299,85	1.334,94	1.370,99
Marketing directo 1 vez año, por un mes	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74	342,75
Hojas volantes, trípticos. Una vez al año	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74	342,75
Prensa escrita una vez al mes cada domingo	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74	342,75
TOTAL	2.100,00	2.156,70	2.214,93	2.274,73	2.336,15	2.399,23

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

5.3.3 Depreciación

Para la depreciación de activos fijos de la empresa se realizará mediante la aplicación de los porcentajes de depreciación determinados por el Servicio de Rentas Internas, en lo referente al equipo de computación se realizará una reinversión en el tercer año de ejecutado el proyecto debido a que estos se deprecian cada tres años y también por el constante desarrollo de la tecnología, el cual se presenta a continuación:

Tabla 76:

Depreciación acumulada

DESCRIPCIÓN		% DEPR.	2015	2016	2017	2018	2019
Muebles y Enseres	2.542,00	10%	254,20	254,20	254,20	254,20	254,20
Menaje	620,00	10%	62,00	62,00	62,00	62,00	62,00
Equipo de Computación	2.087,68	33%	688,93	688,93	688,93	825,00	825,00
Equipo Funerario	13.880,80	10%	1.388,08	1.388,08	1.388,08	1.388,08	1.388,08
TOTAL	19.130,48		2.393,21	2.393,21	2.393,21	2.529,28	2.529,28

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora

5.3.4 Gasto financieros

Para la realización del presente proyecto se necesita de una inversión de \$ 45.921.03 de los cuales se tiene como capital propio el 35% que corresponde al valor de \$ 15.921.03 y como capital externo el 65% el cual representa un valor de \$ 30.000,00; mismos que se financiaran mediante crédito en el Banco Nacional de Fomento, para el cual se considera una tasa de interés del 15% anual.

Tabla 77:

Gastos financieros

A continuación se presenta la tabla de amortización del préstamo.

Monto del Crédito	30,000.00 Dólares
Tiempo	5 años
Tasa Interés	15% anual

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO

AÑO	CUOTA	INTERÉS	CAPITAL	ACUMULADO	PENDIENTE
					30,000.00
1	(713.70)	(375.00)	(338.70)	(338.70)	29,661.30
2	(713.70)	(370.77)	(342.93)	(681.63)	29,318.37
3	(713.70)	(366.48)	(347.22)	(1,028.85)	28,971.15
4	(713.70)	(362.14)	(351.56)	(1,380.41)	28,619.59
5	(713.70)	(357.74)	(355.95)	(1,736.36)	28,263.64
6	(713.70)	(353.30)	(360.40)	(2,096.76)	27,903.24
7	(713.70)	(348.79)	(364.91)	(2,461.67)	27,538.33
8	(713.70)	(344.23)	(369.47)	(2,831.14)	27,168.86
9	(713.70)	(339.61)	(374.09)	(3,205.22)	26,794.78
10	(713.70)	(334.93)	(378.76)	(3,583.99)	26,416.01
11	(713.70)	(330.20)	(383.50)	(3,967.49)	26,032.51
12	(713.70)	(325.41)	(388.29)	(4,355.78)	25,644.22
13	(713.70)	(320.55)	(393.15)	(4,748.92)	25,251.08
14	(713.70)	(315.64)	(398.06)	(5,146.98)	24,853.02
15	(713.70)	(310.66)	(403.04)	(5,550.02)	24,449.98

16	(713.70)	(305.62)	(408.07)	(5,958.09)	24,041.91
17	(713.70)	(300.52)	(413.17)	(6,371.26)	23,628.74
18	(713.70)	(295.36)	(418.34)	(6,789.60)	23,210.40
19	(713.70)	(290.13)	(423.57)	(7,213.17)	22,786.83
20	(713.70)	(284.84)	(428.86)	(7,642.03)	22,357.97
21	(713.70)	(279.47)	(434.22)	(8,076.26)	21,923.74
22	(713.70)	(274.05)	(439.65)	(8,515.91)	21,484.09
23	(713.70)	(268.55)	(445.15)	(8,961.05)	21,038.95
24	(713.70)	(262.99)	(450.71)	(9,411.77)	20,588.23
25	(713.70)	(257.35)	(456.34)	(9,868.11)	20,131.89
26	(713.70)	(251.65)	(462.05)	(10,330.16)	19,669.84
27	(713.70)	(245.87)	(467.82)	(10,797.98)	19,202.02
28	(713.70)	(240.03)	(473.67)	(11,271.66)	18,728.34
29	(713.70)	(234.10)	(479.59)	(11,751.25)	18,248.75
30	(713.70)	(228.11)	(485.59)	(12,236.84)	17,763.16
31	(713.70)	(222.04)	(491.66)	(12,728.50)	17,271.50
32	(713.70)	(215.89)	(497.80)	(13,226.30)	16,773.70
33	(713.70)	(209.67)	(504.03)	(13,730.33)	16,269.67
34	(713.70)	(203.37)	(510.33)	(14,240.66)	15,759.34
35	(713.70)	(196.99)	(516.71)	(14,757.36)	15,242.64
36	(713.70)	(190.53)	(523.16)	(15,280.53)	14,719.47
37	(713.70)	(183.99)	(529.70)	(15,810.23)	14,189.77
38	(713.70)	(177.37)	(536.33)	(16,346.56)	13,653.44
39	(713.70)	(170.67)	(543.03)	(16,889.59)	13,110.41
40	(713.70)	(163.88)	(549.82)	(17,439.40)	12,560.60
41	(713.70)	(157.01)	(556.69)	(17,996.10)	12,003.90
42	(713.70)	(150.05)	(563.65)	(18,559.74)	11,440.26
43	(713.70)	(143.00)	(570.69)	(19,130.44)	10,869.56
44	(713.70)	(135.87)	(577.83)	(19,708.27)	10,291.73
45	(713.70)	(128.65)	(585.05)	(20,293.32)	9,706.68
46	(713.70)	(121.33)	(592.36)	(20,885.68)	9,114.32
47	(713.70)	(113.93)	(599.77)	(21,485.45)	8,514.55
48	(713.70)	(106.43)	(607.27)	(22,092.72)	7,907.28
49	(713.70)	(98.84)	(614.86)	(22,707.58)	7,292.42
50	(713.70)	(91.16)	(622.54)	(23,330.12)	6,669.88
51	(713.70)	(83.37)	(630.32)	(23,960.44)	6,039.56
52	(713.70)	(75.49)	(638.20)	(24,598.65)	5,401.35
53	(713.70)	(67.52)	(646.18)	(25,244.83)	4,755.17
54	(713.70)	(59.44)	(654.26)	(25,899.08)	4,100.92
55	(713.70)	(51.26)	(662.44)	(26,561.52)	3,438.48
56	(713.70)	(42.98)	(670.72)	(27,232.24)	2,767.76
57	(713.70)	(34.60)	(679.10)	(27,911.34)	2,088.66
58	(713.70)	(26.11)	(687.59)	(28,598.93)	1,401.07
59	(713.70)	(17.51)	(696.18)	(29,295.11)	704.89
60	(713.70)	(8.81)	(704.89)	(30,000.00)	(0.00)
	(42,821.87)	(12,821.87)	(30,000.00)		

5.4 Estado de situación financiera inicial

Este estado representa los valores y obligaciones que la empresa posee al iniciar sus actividades.

FUNERARIA SAN CRISTÓBAL C.A.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
Expresado en Usd. Dólares Americanos

<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Capital de Trabajo	26.790,55	Deuda por pagar	30,000.00
<u>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</u>			
Muebles de Oficina	2,542.00		
Equipo de Computación	2,087.68		
Maquinaria y Equipo	13,880.80		
Menaje	620.00		
		<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>	
		Inversión Propia	15.921,03
TOTAL ACTIVO	<u>45.921,03</u>	TOTAL PASIVO	<u>45.921,03</u>

GERENTE

CONTADOR

Elaborado por: La Autora

5.5 Estado de resultados proyectado

En este estado se observa la utilidad que la empresa generara en los primeros ocho años de operación:

Tabla 78:

Estado de resultados proyectado

FUNERARIA SAN CRISTÓBAL C.A.

Expresado en Usd. Dólares Americanos

DESCRIPCIÓN CUENTAS	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas Netas	154.661,98	171.005,12	187.603,95	204.467,61	221.605,51
(-) Costos de Ventas	54.287,22	55.752,97	57.258,31	58.804,28	60.392,00
Utilidad Bruta en Ventas	100.374,76	115.252,15	130.345,65	145.663,33	161.213,52
(-) Gastos Administrativos	64.710,17	45.099,54	48.300,29	51.765,93	55.519,68
(-) Gastos de Ventas	2.156,70	2.214,93	2.274,73	2.336,15	2.399,23
(-) Gasto Depreciación	2.393,21	2.393,21	2.393,21	2.529,28	2.529,28
Utilidad Operativa	31.114,67	65.544,46	77.377,41	89.031,97	100.765,33
(-) Gastos Financieros	4.208,60	3.508,39	2.695,61	1.752,18	657,09
Utilidad Neta antes del 15% Participación Trabajadores	26.906,08	62.036,07	74.681,80	87.279,79	100.108,24
(-) 15 % Part Trabajadores	4.035,91	9.305,41	11.202,27	13.091,97	15.016,24
Utilidad antes de Impuestos	22.870,16	52.730,66	63.479,53	74.187,82	85.092,00
(-) 22% Impuesto a la Renta	5.031,44	11.600,75	13.965,50	16.321,32	18.720,24
Utilidad Neta	17.838,73	41.129,91	49.514,03	57.866,50	66.371,76

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

5.6 Flujo de caja proyectado

En el siguiente estado se presenta las entradas y salidas de dinero e la institución, a efecto de la prestación del servicio:

Tabla 79:
Flujo de caja proyectado
FUNERARIA SAN CRISTÓBAL C.A.
Expresado en Usd. Dólares Americanos

DESCRIPCIÓN CUENTAS		2015	2016	2017	2018	2019
INVERSIÓN	45.921,03					
Propia	15.921,03					
Préstamo	30.000,00					
INGRESOS						
Utilidad Neta		17.838,73	41.129,91	49.514,03	57.866,50	66.371,76
Depreciación de Activos Fijos		2.393,21	2.393,21	2.393,21	2.529,28	2.529,28
TOTAL INGRESOS		20.231,94	43.523,13	51.907,25	60.395,78	68.901,04
EGRESOS						
Pago Principal		4.355,78	5.055,99	5.868,76	6.812,19	7.907,28
Reinversión				3.000,00	40.000,00	
TOTAL EGRESOS		4.355,78	5.055,99	8.868,76	46.812,19	7.907,28
FLUJO NETO DE CAJA	(45.921,03)	15.876,16	38.467,14	43.038,49	13.583,59	60.993,76

Fuente: Estado de resultados

Elaborado por: La Autora

5.7 Evaluación financiera

5.7.1 Determinación del costo de oportunidad y tasa redescuento

El costo de oportunidad permite conocer el rendimiento de la inversión.

Tabla 80:

Tasa de redescuento

TASA DE REDESCUENTO				
Detalle	Valor	%	Tasa Refe.	Tasa Pond.
Inversión Propia	15.921,03	35%	0,06	0,02080
Inversión Financiada	30.000,00	65%	0,15	0,09799
TOTAL INVERSIÓN	45.921,03	100%	INFLACIÓN	0,027
TASA DE REDESCUENTO				0,1458

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

El costo de oportunidad o tasa de rendimiento nos indica que el presente proyecto debe rendir un 14,58%, considerando una tasa de interés de 15%.

Para la determinación de la tasa de redescuento se considera el incremento de la tasa de inflación a diciembre del 2013 de 2,7%

$$TRM = ((1 + CK)(1 + IF)) - 1$$

$$TRM = ((1 + 0,1188)(1 + 0,0270)) - 1$$

$$TRM = 1,1458 - 1$$

$$TRM = 0,1458$$

$$TRM = 14,58\%$$

5.7.2 Valor actual neto (VAN)

El presente indicador muestra la rentabilidad que tendrá el proyecto en términos monetarios. La tasa de redescuento que se utilizara será el 10,30%.

Para la determinación del VAN, se considera la siguiente fórmula:

$$VAN = I + \frac{FCN}{(1+i)^1} + \frac{FCN}{(1+i)^2} + \frac{FCN}{(1+i)^3} + \frac{FCN}{(1+i)^4} + \frac{FCN}{(1+i)^5}$$

Dónde:

VAN = Valor Actual Neto

FCN = Flujo Caja Neto

i = Tasa de redescuento

I = Inversión Inicial

$$VAN = -45.921,03 + \frac{15.876,16}{(1+0,1458)^1} + \frac{38.467,14}{(1+0,1458)^2} + \frac{43.038,49}{(1+0,1458)^3} \\ + \frac{13.583,59}{(1+0,1458)^4} + \frac{60.993,76}{(1+0,1458)^5}$$

$$VAN = -45.921,03 + 110.533,65$$

$$VAN = 64.612,62$$

Tabla 81:

Valor actual neto

VALOR ACTUAL NETO			
Años	Flujos netos		Flujos netos actualizados
			0,14579659
0			(45.921,03)
1	15.876,16	0,1458	13.856,01
2	38.467,14	0,1458	29.300,49
3	43.038,49	0,1458	28.611,09
4	13.583,59	0,1458	7.881,06
5	60.993,76	0,1458	30.885,01
VAN INF			64.612,62

Fuente: Flujo de Caja Proyectado
Elaborado por: La Autora

El valor determinado del VAN es de \$ 64.612,62, dicho valor es positivo mayor que cero, por lo que se considera rentable dicha inversión.

5.7.3 Tasa interna de retorno (TIR)

El siguiente indicador determina si existe rentabilidad en el proyecto, el mismo que debe ser mayor que cero y la tasa de descuento.

Para la determinación del TIR se aplicara la siguiente fórmula:

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

Dónde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

Ti = Tasa de redescuento inferior

Ts = Tasa de Redescuento superior

VANTi= VAN Positivo

VANTs= VAN Negativo

Tabla 82:

Tasa interna de retorno

Años	Flujos netos	1 + tasa inferior 0.1472	1 + tasa superior 0.25
		1,14579659	1,25
0	(45.921,03)	(45.921,03)	(45.921,03)
1	15.876,16	13.856,01	12.700,93
2	38.467,14	29.300,49	24.618,97
3	43.038,49	28.611,09	22.035,70
4	13.583,59	7.881,06	5.563,84
5	60.993,76	30.885,01	19.986,44
		64.612,62	38.984,85
		VAN INF	VAN SUP

Fuente: Flujo de Caja Proyectado
Elaborado por: La Autora

$$TIR = 0,1458 + \left[(0,25 - 0,1458) \frac{64.612,62}{64.612,62 - 38.984,85} \right]$$

$$TIR = 0,1458 + \left[0,1042 \frac{64.612,62}{25.627,77} \right]$$

$$TIR = 0,1458 + 0,2627$$

$$TIR = 40,85\%$$

Una vez determinada la Tasa Interna de Retorno, se establece que esta es mayor que la tasa de descuento, por tanto es factible la realización del proyecto puesto que se recuperará la inversión.

5.7.4 Costo – beneficio

Para la determinación del costo – beneficio se utilizó la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

Tabla 83:

Beneficio - Costo

CALCULO COSTO BENEFICIO				
Años	Ingresos	TRM	Egresos	TRM
		0,14579659		0,14579659
1	20.231,94	17.657,53	4.355,78	3.801,53
2	43.523,13	33.151,64	5.055,99	3.851,16
3	51.907,25	34.506,86	8.868,76	5.895,77
4	60.395,78	35.041,00	46.812,19	27.159,94
5	68.901,04	34.888,97	7.907,28	4.003,96
TOTAL		155.246,01		44.712,35

Fuente: Flujo de Caja Proyectado
Elaborado por: La Autora

$$\frac{\text{BENEFICIO}}{\text{COSTO}} = \frac{155.224,76}{44.712,35} = 3,47$$

El análisis del presente indicador nos refleja que por cada dólar invertido, el proyecto generara 2,47 dólares de ingreso o retorno de la inversión.

5.7.5 Período de recuperación de la inversión.

Este indicador nos permite determinar el tiempo de recuperación de la inversión del proyecto.

Tabla 84:

Período de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
Años	Flujos netos	Flujos netos actualizados	Flujos netos actualizados acumulados
1	15.876,16	13.856,01	13.856,01
<u>2</u>	<u>38.467,14</u>	<u>29.300,49</u>	<u>43.156,49</u>
3	43.038,49	28.611,09	71.767,58
4	13.583,59	7.881,06	79.648,64
5	60.993,76	30.885,01	110.533,65

Fuente: Flujo de Caja Proyectado

Elaborado por: La Autora

$$\text{FLUJO ACTUALIZADO AÑO 2} = 29.300,49$$

$$\text{ESTIMACION MENSUAL} = \frac{29.300,49}{12} = 2.441,71$$

$$\text{PRI} = \text{INVERSION} - \text{ACUMULADO}$$

$$\text{PRI} = 45.921,03 - 43.156,49 = 2.764,54$$

$$\text{MESES} = \frac{2.764,54}{2.441,71} = 1,13$$

La presente tabla nos indica que el tiempo de recuperación de la inversión es de 2 años 1 mes.

5.8 Punto de equilibrio

Para la determinación del punto de equilibrio que tendrá el presente proyecto se considera la siguiente fórmula:

$$P.E. = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Dónde:

P.E. = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variables

V = Ventas

Tabla 85:
Costos fijos

Depreciaciones de activos fijos	2.393,21
Gasto financiero	4.208,60
Sueldo personal administrativo	28.745,85
Gasto Arriendo	7.200,00
Publicidad	2.156,70
TOTAL	44.704,36

Fuente: Estado de Resultados Proyectado
Elaborado por: La Autora

Tabla 86:
Costos variables

Costo de venta	52.860,00
Suministros de oficina	247,00
Suministro de limpieza	945,60
Servicios básicos	1.692,00
Alimentación	2.706,00
Gasto de mantenimiento equipo de computo	100,00
Alquiler carroza fúnebre	2.240,00
Gasto adecuaciones local	21.200,00
TOTAL	81.990,60

Fuente: Estado de Resultados Proyectado
Elaborado por: La Autora

$$P.E. = \frac{44.704,36}{1 - \frac{81.990,60}{154.661,98}}$$

$$P.E. = 95.141,51$$

5.9 Análisis de sensibilidad

Este análisis se lo efectúa en función de disminución de las ventas que realizará la funeraria; considerando dos escenarios: el primero considerando una disminución de un 4% y el segundo considerando una disminución del 20% en las ventas.

Escenario 1:

Al reducir las ventas en un 4% obtenemos los siguientes resultados:

Tabla 87:

Valor actual neto - escenario 1

Años	Flujos netos	TRM	Flujos netos actualizados
			0,14579659
0			(45.921,03)
1	11.774,53	0,1458	10.276,28
2	33.932,08	0,1458	25.846,13
3	40.973,02	0,1458	27.238,01
4	45.161,11	0,1458	26.202,00
5	15.116,78	0,1458	7.654,59
VAN			51.295,98

Fuente: Flujo de caja proyectado
Elaborado por: La Autora

$$\text{VAN} = -45.921,03 + \frac{11.774,53}{(1 + 0,1458)^1} + \frac{33.932,08}{(1 + 0,1458)^2} + \frac{40.973,02}{(1 + 0,1458)^3} + \frac{45.161,11}{(1 + 0,1458)^4} + \frac{15.116,78}{(1 + 0,1458)^5}$$

$$\text{VAN} = -45.921,03 + 97.217,01$$

$$\text{VAN} = 51.295,98$$

Tabla 88:

Tasa interna de retorno - escenario 1

Años	Flujos netos	1 + tasa inferior 0.1472	1 + tasa superior 0.25
		1,145796593	1,25
0	(45.921,03)	(45.921,03)	(45.921,03)
1	11.774,53	10.276,28	9.419,62
2	33.932,08	25.846,13	21.716,53
3	40.973,02	27.238,01	20.978,19
4	45.161,11	26.202,00	18.497,99
5	15.116,78	7.654,59	4.953,47
		51.295,98	29.644,77
		VAN INF	VAN SUP
TIR			39,27%

Fuente: Flujo de caja proyectado

Elaborado por: La Autora

$$\text{TIR} = 0,1458 + \left[(0,25 - 0,1458) \frac{51.295,98}{51.295,98 - 29.644,77} \right]$$

$$TIR = 0,1458 + \left[0,1042 \frac{51.763,40}{21.651,21} \right]$$

$$TIR = 0,1458 + 0,2469$$

$$TIR = 39,27\%$$

Los cuadros anteriores muestran que al reducir las ventas en un 4% el proyecto sigue siendo atractivo por cuanto presentan un VAN positivo y un TIR mayor a la tasa de redescuento.

Escenario 2:

Al reducir las ventas en un 20% obtenemos los siguientes resultados:

Tabla 89:

Valor actual neto - escenario 2

Años	Flujos netos	TRM	Flujos netos actualizados
			0,14579659
0			(45.921,03)
1	(5.574,17)	0,1458	(4.864,89)
2	16.763,66	0,1458	12.768,91
3	23.132,03	0,1458	15.377,69
4	26.329,93	0,1458	15.276,35
5	(4.343,66)	0,1458	(2.199,47)
VAN			(9.562,44)

Fuente: Flujo de caja proyectado
Elaborado por: La Autora

$$\text{VAN} = -45.921,03 + \frac{(5.574,17)}{(1 + 0,1458)^1} + \frac{16.763,66}{(1 + 0,1458)^2} + \frac{23.132,03}{(1 + 0,1458)^3} + \frac{26.329,93}{(1 + 0,1458)^4} + \frac{(4.343,66)}{(1 + 0,1458)^5}$$

$$\text{VAN} = -45.921,03 + 36.358,59$$

$$\text{VAN} = -9.562,44$$

Tabla 90:

Tasa interna de retorno - escenario 2

Años	Flujos netos	1 + tasa inferior	1 + tasa superior 0.25
		1,145796593	1,25
0	(45.921,03)	(45.921,03)	(45.921,03)
1	(5.574,17)	(4.864,89)	(4.459,34)
2	16.763,66	12.768,91	10.728,74
3	23.132,03	15.377,69	11.843,60
4	26.329,93	15.276,35	10.784,74
5	(4.343,66)	(2.199,47)	(1.423,33)
		(9.562,44)	(18.446,62)
		VAN INF	VAN SUP

Fuente: Flujo de caja proyectado
Elaborado por: La Autora

$$TIR = 0,1458 + \left[(0,25 - 0,1458) \frac{(-9.562,44)}{(-9.562,44) - (-18.446,62)} \right]$$

$$TIR = 0,1458 + \left[0,1042 \frac{(-9.562,44)}{8.884,18} \right]$$

$$TIR = 0.1458 - 0.1121$$

$$TIR = 3,37\%$$

Los cuadros anteriores nos reflejan que al disminuir las ventas en un 20% el proyecto es muy sensible ya que presenta un VAN negativo y un TIR menor a la tasa de descuento, por lo que se concluye que con esta afectación el proyecto no es factible.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Propuesta organizativa

La empresa que se creará, tienen como finalidad la prestación de servicios funerarios al Estilo Colonial y Moderno en la ciudad de Tulcán, misma que se denominará "FUNERARIA SAN CRISTÓBAL CIA. ANÓNIMA."

Gráfico29:

Imagen para rótulos



Elaborado por: La Autora

6.1.1. Tramite de constitución

Para el funcionamiento del presente proyecto, la empresa debe conformarse como una compañía anónima constituida en forma voluntaria por cuatro accionistas, con la finalidad de prestar servicios funerarios al estilo colonial y moderno a la población de la ciudad de Tulcán.

- Constitución Jurídica.

Con el fin de operar normalmente la empresa se registrará de acuerdo a las leyes ecuatorianas que la regulen.

- Requisitos para una compañía anónima:

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;

12.La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,

13.La forma de proceder a la designación de liquidadores.

○ Servicio de Rentas Internas

Para que el servicio de rentas internas le emita un Número RUC a una empresa se requiere:

1. Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
2. Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
3. Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
4. Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
5. Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.
6. Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.

7. Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
8. Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
9. Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.
10. Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.

- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Para la emisión del número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

1. Actualización de datos del Registro Patronal,
2. Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
3. Digitar el número del RUC y
4. Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas del Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

1. Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
2. Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
3. Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
4. Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
5. Copia de pago de teléfono, o luz
6. Calificación artesanal si es artesano calificado

- A nivel municipal se deberá efectuar:

- Patentes Municipales

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1. Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas”.
2. Copia legible de los Estados Financieros del período contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según sea el caso.
3. Copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
4. Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
5. Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos).
6. Las personas que tienen más de un establecimiento, deben presentar el Certificado de Seguridad de cada uno de los locales
7. Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por primera vez).
8. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE SALUD, otorgado por el Área de Salud.

- Permiso de Funcionamiento de Salud

Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.

1. Copia del Registro Única de Contribuyentes (RUC)
2. Copia de la Cédula de Ciudadanía del propietario o del representante legal del establecimiento.
3. Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda.
4. Copia del título profesional de la salud responsable técnica del establecimiento, debidamente registrada en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalan.
5. Plano del establecimiento a escala 1:50 7.
6. Croquis de ubicación del establecimiento.
7. Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos

8. Copia del o de los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un centro de salud del Ministerio de Salud Pública.

- **CERTIFICADO DE SEGURIDAD DEL CUERPO DE BOMBEROS**

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado.
3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
5. Nombramiento del representante legal si es compañía.
6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
7. Señalar dimensiones del local.

Finalmente para el funcionamiento de una funeraria se debe cumplir con una serie de requisitos establecida en el Artículo 9 del Reglamento para regular el funcionamiento de los establecimientos que prestan servicios funerarios y de manejo de cadáveres y restos humanos, los cuales se citan a continuación:

1. Paredes, pisos, techos y pedestales de material lavable, impermeable, no poroso ni absorbente para garantizar normas higiénico sanitarias;
2. Iluminación y ventilación naturales y artificiales en cumplimiento a lo dispuesto en la normativa de Seguridad Laboral vigente;
3. Instalaciones eléctricas funcionales protegidas;

4. Disposición de desechos, en condiciones sanitarias adecuadas conforme la normativa vigente;
5. Contar con reportes de fumigación y control de plagas;
6. Contar con protección contra insectos o roedores;
7. En cada sala de velación de acuerdo a la capacidad de los servicios otorgados, se contará con servicios higiénicos o baterías sanitarias, diferenciadas para hombre y mujeres y un servicio higiénico adecuado para personas con discapacidad, mismos que contarán con todos los implementos de aseo necesarios; y,
8. Disponer de un plan de emergencia.

6.1.2. Misión

La Funeraria San Cristóbal C.A., es una empresa de servicios exequiales que brindará acompañamiento integral a la ciudadanía por medio de un servicio funerario completo, mediante la asistencia ágil y oportuna provista de personal profesional e infraestructura adecuada, mediante la utilización eficiente de nuestros recursos, con la finalidad de acompañar a los deudos en el duelo, cumpliendo con las metas propuestas.

6.1.3. Visión

La Funeraria San Cristóbal C. A., para el año 2021 será una empresa líder en la prestación de servicios funerarios y atención en duelo, exitosa y comprometida convirtiéndose en la mejor empresa funeraria de la localidad, enfocada en mejorar continuamente, brindando servicios de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de las familias que atraviesan por la pérdida de un ser querido en forma eficaz y oportuna.

6.1.4. Valores corporativos

- Solidaridad
- Responsabilidad
- Transparencia
- Confidencialidad
- Respeto
- Ética
- Honestidad
- Trabajo humano y digno

6.1.5. Objetivos organizacionales

- Posicionar a la empresa en la localidad al ofertar servicios en forma integral y de calidad
- Brindar servicios en forma oportuna y eficaz a los usuarios
- Mejorar la calidad de vida de la población al facilitar el proceso de duelo al que se ven expuestos ante la pérdida de un familiar o ser querido.
- Mejorar continuamente para obtener la satisfacción de los usuarios

6.1.6. Políticas Empresariales

Ofrecer un buen servicio para satisfacer las necesidades y la superación de las expectativas de los usuarios, a través del cumplimiento de las siguientes políticas:

- Permanente innovación del servicio
- Optimización de los recursos que dispone la empresa

- Cumplimiento de normas, leyes y procedimientos que se establezca para la prestación del servicio
 - Mejorar continuamente para satisfacer los requerimientos de los usuarios.
- Políticas por área de trabajo
- Gerencia
 - Desconcentrar el poder del nivel directivo y transferir responsabilidades a los otros niveles
 - Mantener informado al personal sobre la misión, visión, objetivos y estrategias que tenga la empresa
 - Mejorar los niveles de comunicación vertical y difundir permanentemente los cambios realizados dentro de la empresa
 - Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.
 - Realizar el trabajo con excelencia y eficacia.
 - Conocer las expectativas de los clientes
- Contabilidad
 - Mantener un comportamiento ético
 - Mantener informado periódicamente sobre la situación financiera de la empresa
 - Lograr el uso óptimo de los recursos financieros
 - Mantener un control constante de todos los inventarios y cuentas por cobrar
 - Encontrarse alerta a todos los cambios de la política económica que surjan en el país

- Mantener equilibrio entre el capital y deuda adquirida con el fin de mantener una adecuada liquidez en la empresa
- Mantener un mínimo de \$ 500.00 en caja chica en forma quincenal

- Tanatopraxia
 - Reducir en lo posible los desperdicios, danos que surjan en la prestación del servicio.
 - Satisfacer los requerimientos de los usuarios.
 - Asegurarse de que el lugar de trabajo cumpla las condiciones establecidas legalmente.
 - Llevar un registro de los ingresos en forma diaria, semanal y mensual.

- Seguridad y aseo
 - Vigilar y proteger los bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos.
 - Evitar actos delictivos o infracciones en relación con el objeto de su protección.
 - Mantener el aseo en la empresa en forma permanente.
 - Mantener listas las salas de velación en el momento que sean requeridas.

6.2. Organigrama estructural

En el siguiente esquema se muestra los diferentes departamentos que conformaran la empresa:

Ilustración 5: Organigrama estructural



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

6.3. Manual de funciones

Tabla 91:

Manual de funciones

<u>PUESTO: Gerente</u>	
NIVEL	Ejecutivo - Alto
ÁREA	Gerencia
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> *Instrucción Formal: Estudios Superiores en Administración de Empresas o en Contabilidad y Auditoría – CPA. *Edad: De preferencia mayor a 25 años. *Experiencia: Mínimo 3 años en cargos similares.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> *Planear, supervisar, coordinar y controlar actividades relacionadas con la administración de recursos humanos, financieros, contables, legales. * Elaborar informes periódicos. * Representar legalmente a la empresa * Establecer políticas para cumplir con las metas trazadas *Debe estar en la capacidad de estructurar el sistema de procesamiento de operaciones
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> *Revisar que se cumplan con los principios administrativos y contables de aceptación general. *Velar por la aplicación de la norma y el cumplimiento de las normas de la organización. *Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por la organización y por el cliente. *Responsable en cumplimiento de las funciones y objetivos del área Administrativa. *Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad y salud en el trabajo
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> *Conducción de grupos de trabajo *Liderazgo *Comunicación eficaz *Dirección de personas *Gestión del cambio y desarrollo de la organización

<u>PUESTO: Contador</u>	
NIVEL	Administrativo - Medio
ÁREA	Contabilidad
REQUISITOS	<p>*Instrucción Formal: Estudios Superiores en Administración de Empresas o en Contabilidad y Auditoría – CPA y una referencia de honorabilidad que acredite su buen desempeño</p> <p>*Edad: De preferencia mayor a 23 años.</p> <p>*Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares</p>
FUNCIONES	<p>*Dirigir y coordinar el proceso de recaudo de ingresos de la entidad.</p> <p>*Coordinar la ejecución, entrega y recibo de los dineros correspondientes a los pagos de los clientes por la contratación del servicio.</p> <p>*Realizar los pagos por los diferentes conceptos, de acuerdo con las normas y procedimientos establecidos en la empresa.</p> <p>*Coordinar con la gerencia la inversión de los excedentes de liquidez buscando la mayor rentabilidad para la empresa.</p>
RESPONSABILIDADES	<p>*Preparar y presentar los estados financieros,</p> <p>*Establecer procedimientos y controles internos, y evaluar el rendimiento del negocio</p> <p>*Evaluar las obligaciones fiscales y a cumplir con las regulaciones.</p>
COMPETENCIAS	<p>*Calidad en el trabajo</p> <p>*Compromiso</p> <p>*Ética</p> <p>*Integridad</p> <p>*Solidez en los conocimientos y habilidades contables</p> <p>*Dominio de procedimientos, usos y practicas de la profesión</p> <p>*Uso experto de software contable</p> <p>*Adaptabilidad al cambio</p>
<u>PUESTO: Secretaria</u>	
NIVEL	Asistencial - Bajo

ÁREA	Gerencia
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> *Instrucción Formal: Poseer título en secretariado bilingüe. *Edad: De preferencia mayor a 20 años. *Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> *Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento servicio al cliente. *Hacer una evaluación periódico de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos. * Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento administrativo correspondiente y desarrollar adecuadamente el trabajo asignado. * Atender y orientar a clientes tanto internos como externos que soliciten información sobre los servicios de manera cordial para que la información sea más fluida y clara.
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> * Realizar un desempeño con calidad cumpliendo los objetivos y metas instituciones mensuales y anuales del Cargo * Dar cumplimiento a los objetivos y metas mensuales y anuales institucionales * Planear diariamente su trabajo ejerciendo autocontrol en la ejecución del mismo. *Manejar la agenda del Gerente * Confección de cartas, escritos, informes, contratos, acuerdos, actas, informes, facturas, y documentos en general * Recibir, clasificar y distribuir la correspondencia y comunicaciones * Preparar los informes que se le soliciten
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> * Comunicación efectiva oral y escrita *Conocimiento del cardo, calidad, tolerancia al estrés, trabajo en equipo, desarrollo del cargo y puntualidad. *Creatividad, relaciones humanas, manejo de conflictos, compromiso y sentido de pertenencia, presentación personal.
<u>PUESTO: Guardia</u>	
NIVEL	Operativo - Bajo

ÁREA	Seguridad y aseo
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> *Instrucción Formal: Poseer título bachiller. *Edad: De preferencia mayor a 20 años. *Experiencia: Mínimo 1 año en vigilancia.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> *Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos. *Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones en relación con el objeto de su protección. * Poner inmediatamente a disposición de los miembros de la Policía Nacional a los delincuentes en relación con el objeto de su protección. * Efectuar la protección en el transporte de dinero, valores y objetos valiosos.
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> *Tomar decisiones de acuerdo a sus funciones. *Tener capacidad para persuadir y evitar problemas. *Demostrar serenidad en situaciones de riesgo. *Demostrar preocupación por la seguridad. *Ser analítico en sus actuaciones. *Valorar y respetar la dignidad de las personas. *Aplicar técnicas de primeros auxilios en casos necesarios. *Establecer y mantener buenas relaciones con el público. *Saber qué procedimientos desarrollar en cada caso.
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> *Iniciativa y responsabilidad en sus funciones. *Capacidad de adaptación en sus trabajos. *Ser imparcial. *Demostrar autocontrol y disciplina en sus actuaciones. *Agilidad en sus movimientos. *Tener fuerza física suficiente para someter e inmovilizar a una persona. *Tener resistencia al correr y trepar. *Tener conocimientos de las leyes asociadas a su función. *Demostrar dominio con el uso de instrumentos de defensa. *Ser leal a su empresa y compañeros.
<u>PUESTO: Tanatopractor</u>	

NIVEL	Operativo - Medio
ÁREA	Tanatopraxia
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> *Instrucción Formal: Poseer título profesional en tanatopraxia *Edad: De preferencia mayor a 23 años. *Experiencia: Mínimo 1 año en tanatopraxia – tanatoestetica.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> *Aplicar métodos para la higienización del cadáver *Realizar prácticas para la restauración estética del cadáver para la velación. * Manejar las técnicas y habilidades relacionales para prestar el servicio de tanatopraxia y tanatoestetica de acuerdo a las diferentes creencias religiosas.
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> *Capaz de seguir normativa en materia de salud y seguridad. *Asegurarse de que el equipo funciona correctamente. *Asegurarse de que el lugar de trabajo está limpio y aseado. *Ser respetuosos con la familia y amigos de los fallecidos. *Lleva registros con precisión.
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> *Actitud responsable. *Aptitudes para llevar registros. *Capacidad para trabajar en equipo. *Capaz de prestar atención al detalle. *Realizar acciones como agacharse o levantar cosas. *Conocimientos de anatomía humana. *Cumplir con las normas de higiene y seguridad. *Habilidoso con las manos y los dedos.
<u>PUESTO: Conserje</u>	
NIVEL	Operativo - Bajo
ÁREA	Seguridad y aseo
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> *Instrucción Formal: Poseer licencia de conducir *Edad: Mayor a 18 años. *Experiencia: No indispensable
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> *Mantener el aseo de la empresa. * Mantener listas las salas de velación en el momento y hora que sean requeridas. * Proporcional las habitaciones a los clientes en el

	<p>momento que ellos las requieran.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Mantener suficiente agua en las cafeteras para consumo de los usuarios durante la velación del cadáver. *Conducir la carroza fúnebre de la empresa para el traslado del cadáver hacia la funeraria y el cementerio.
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> *Realizar tareas de aseo, de acuerdo a lo establecido en el programa respectivo *Realiza funciones de portería en los horarios establecidos *Cumplir las órdenes que se reciben con interés y motivación. *Mantener en existencias recursos para la cafetería.
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> *Siempre respetuoso y afable. *Siempre mantener la calma, evitando ofuscarse, contestar con malos modos, levantar la voz o gritar. *Tratar de Usted y de Señor(a) *Aceptar las críticas con espíritu constructivo. *El evitar criticar a sus jefes o criticar las ordenes que estos imparten, con sus compañeros de trabajo.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

El presente análisis se realizó mediante un análisis de los posibles impactos que el proyecto generará una vez que se lo ejecute, tales como: social, económico, cultural y ético.

Para evaluar los impactos se valorará cada uno de los indicadores, de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla92:

Valoración de impactos

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

Elaborado por: La Autora

Para el análisis de cada uno de los impactos se procede a la aplicación de la siguiente fórmula:

$$NImp. = \frac{\sum Cf}{NInd.}$$

Dónde:

NImp. = Nivel de Impacto

Cf = Calificación

NInd. = Número de Indicadores

7.1. Impacto Social

Tabla93:

Matriz impacto social

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	NIVEL
1	Calidad de Vida							X	3
2	Mano de obra calificada						X		2
3	Satisfacción de necesidades							X	3
4	Estabilidad Familiar					X			1
TOTAL									9

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

$$NImp. (Social) = \frac{9}{4}$$

$$NImp. = 2.25 \cong 2$$

De acuerdo al puntaje de la matriz, el impacto social se encuentra en el nivel medio positivo (2); debido se requerirá mano de obra calificada para laborar en la institución en las diferentes áreas de la empresa, lo cual permitirá estabilizar económicamente a las familias de las personas que laboraran en la empresa. En consecuencia se mejorará la calidad de vida de los ciudadanos ya que a través de la prestación de un servicio integral se ayudará a la recuperación en duelo de los usuarios satisfaciendo las necesidades y requerimientos para la inhumación del cadáver.

7.2. Impacto económico

Tabla 94:

Matriz impacto económico

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	NIVEL
1	Rentabilidad del proyecto							X	3
2	Ingresos a otras empresas					X			1
3	Pago de Impuestos							X	3
4	Estabilidad laboral						X		2
TOTAL									9

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

$$NImp. (Económico) = \frac{9}{4}$$

$$NImp. = 2,25 \cong 2$$

Después del análisis del impacto económico se concluye que este se encuentra en un nivel medio positivo (2), al ser una empresa nueva el mercado ésta pretende captar el mayor número de usuarios logrando de esta manera incrementar sus ingresos lo que permite tener una rentabilidad la cual se redirigirá a la inversión, con la finalidad de mejorar el servicio a través de alianzas con empresas públicas y privadas, debido a que se necesitara de medios de comunicación, proveedores que intervendrán directamente en el accionar de la empresa. Además el proyecto tiende a incrementar los ingresos económicos de los sectores activos, porque para su constitución este deberá cancelar los permisos necesarios para su funcionamiento, así como impuestos que serán cancelados en forma mensual y anual al Estado.

7.3. Impacto cultural

Tabla95:

Matriz impacto cultural

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	NIVEL
1	Costumbres funerarias						X		2
2	Resistencia al cambio					X			1
3	Cambio en tradiciones					X			1
4	Creencia Religiosas							X	3
TOTAL									7

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

$$NImp. (cultural) = \frac{7}{4}$$

$$NImp. = 1,75 \cong 2$$

Después del análisis del impacto cultural se determina que se encuentra en un nivel medio positivo (2), debido que al implementarse este proyecto se deberá mantener al personal en constante capacitación acerca de las costumbre y tradiciones de los ritos funerarios de acuerdo a las diferentes creencias religiosas existentes.

Al crearse la nueva empresa adoptará las costumbres y ritos funerarios con la finalidad de facilitar a los usuarios el duelo en el que se encuentran, con la finalidad de obtener la aceptación de la ciudadanía para ello no se pretende cambiar las tradiciones, sino respetar cada una de las creencias religiosas de los usuarios que soliciten el servicio, realizando un funeral de acuerdo a las creencias de los familiares.

7.4. Impacto ético

Tabla96:

Matriz impacto ético

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	NIVEL
1	Cumplimiento de leyes							X	3
2	Responsabilidad empresarial							X	3
3	Transparencia							X	3
4	Confidencialidad							X	3
TOTAL									12

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

$$NImp. (Ético) = \frac{12}{4}$$

$$NImp. = 3$$

El nivel de impacto ético que tendrá el proyecto es alto positivo (3); es decir, la empresa trabajará en forma ética enfocada en dar cumplimiento a las leyes que rigen este tipo de servicio, además de dar cumplimiento en forma responsable a las actividades que se ejercerán en la empresa, ofreciendo a sus clientes transparencia en los procedimientos, con la finalidad de brindar un servicio de calidad, ágil, oportuno y confiable, con el objetivo de satisfacer las necesidades y requerimientos solicitados.

7.5. Impactos generales

A continuación se presenta en forma general los impactos que genera la implementación del proyecto.

Tabla 97:

Matriz impactos generales

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	NIVEL
1	Impacto Social						X		2
2	Impacto Económico						X		2
3	Impacto Cultural						X		2
4	Impacto Ético							X	3
TOTAL									9

Fuente: Análisis de impactos
Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impactos Generales} = \frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Impactos}}$$

$$\text{Nivel de Impactos Generales} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NIG.} = 2,25 \cong 2$$

Una vez realizado el análisis general de los impactos, se determina que el proyecto tienen un impacto medio positivo (2), para los campos: social, económico, cultural y ético; es decir, el proyecto genera impactos positivos en el cantón y la población, razón por la cual la implementación de la empresa de servicios funerarios tendrá aceptación por parte de la población, considerando la creación de esta empresa como fuente importante para el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones:

- Mediante el diagnóstico realizado se concluye que la ciudad de Tulcán es apta para la creación de una empresa de servicios funerarios que se encargue de satisfacer las necesidades y requerimientos de la población, además se determinó que la implementación de este tipo de institución es una oportunidad.
- La elaboración del Marco Teórico, permitió sustentar los diferentes temas que enmarcan el presente estudio.
- Una vez efectuado el Estudio de Mercado permitió determinar el nivel de aceptación que tendrá la empresa funeraria en la ciudad, además del establecimiento de precios y estrategias de comercialización del servicio, con la finalidad de satisfacer al usuario.
- A través del Estudio Técnico se determinó que el lugar en donde se ubicara la empresa cuenta con las condiciones necesarias para su ejecución, así como el proceso a realizarse en la prestación del servicio con la finalidad de satisfacer a los usuarios.
- La evaluación financiera realizada en el presente proyecto da como resultado que la ejecución del presente proyecto es factible, por cuanto los resultados son favorables.
- Mediante la estructura organizacional y funcional, se determina la gestión que se debe realizar en la empresa para que su funcionamiento sea óptimo, cumpliendo con las normas, reglas y procedimientos que se definan para la realización de sus actividades.

- El nivel de impacto que genera el presente proyecto es medio positivo, lo que demuestra que es viable la ejecución de la empresa de servicios funerarios.

Recomendaciones

- Al analizar los aspectos externos que afectan al proyecto, se recomienda la implementación de esta empresa ya que tendrá aceptación por parte de los habitantes de la ciudad de Tulcán.
- Aplicar constantemente los conocimientos adquiridos durante la investigación del presente proyecto, con el objeto de mejorar continuamente el servicio para satisfacer a la demanda, mediante la actualización de la información permanentemente.
- Se recomienda mantener permanentemente campañas publicitarias mediante la aplicación de estrategias de comercialización dar a conocer a la empresa a la población y determinar sus necesidades y requerimientos con el objetivo de satisfacerlos.
- Obtener suficiente información para la adquisición de equipos necesarios para la ejecución del proyecto, con la finalidad de optimizar los recursos financieros materiales que se utilizaran en la puesta en marcha del negocio.
- Aplicar los lineamientos necesarios para la correcta elaboración del análisis financiero del presente proyecto, con la finalidad de reflejar valores reales de los movimientos económicos que se realizarán en la ejecución de la empresa.

- Obtener suficiente información, de tal manera que permita una adecuada elaboración de manuales de funciones para la correcta ejecución de las actividades que se realizaran en la empresa.
- Realizar un seguimiento de la evaluación realizada al presente estudio, a través de un monitoreo permanente de los impactos que se generan en la ejecución del proyecto, con la finalidad de mantener y mejorar los resultados obtenidos.

Bibliografía

- Adell, R. (2007). *Aprender Marketing* (Vol. Primera Edición). PAIDOS.
- Asencio, E. (2008). *Como Crear tu Propia Empresa* (Vol. Primera Edición). PARAFINO.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Vol. Sexta Edición). México: MACGRAW - HILL.
- Bravo, M. (2009). *Contabilidad General* (Vol. Novena Edición). Quito: NUEVO DÍA.
- Calvache, C. (2008). *Principios y Sistemas Económicos* (Vol. Primera Edición). GRÁFICAS RUIZ.
- Córdova, M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Vol. Segunda Edición). ECOA EDICIONES.
- Czinkota, H. (2007). *Principios del Marketing y sus Mejores Prácticas* (Vol. Tercera Edición). THOMSON LEARNING.
- Fernández, S. (2007). *Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera* (Vol. Primera Edición). TECNOLÓGICA.
- Gill, M. (2007). *Como Crear y Hacer Funcionar una Empresa* (Vol. Séptima Edición). ESIC.
- Guerra, G. (2011). *Costos Industriales* (Vol. Módulo III). Uruguay.
- Hernández, G. (2006). *Diccionario de Economía* (Vol. Primera Edición). Colombia: UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA.
- Horngren, C. (2007). *Contabilidad Administrativa* (Vol. Décimo Tercera Edición). PEARSON EDUCACION.
- Jiménez, J. (2007). *Ingeniería Económica* (Vol. Primera Edición). TECNOLÓGICA.
- Kotler, P. (2008). *Diccionario de Mercadotecnia*. México: TRILLAS.
- Kotler, P. (2008). *El Marketing de Servicios Profesionales*. PEARSON EDUCACION.

- Krugman, P. (2008). *Fundamento de Economía* (Vol. Primera Edición). REVERTE.
- López, F. (2009). *La Empresa Explicada de Forma Sencilla* (Vol. Primera Edición). LIBROS DE CABECERA.
- Mejía, B. (2006). *Gerencia de Procesos para la Organización y el control Interno de empresas de Salud*. ECOE.
- Murcia, J. (2009). *Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación* (Vol. Primera Edición). México: ALFAOMEGA.
- Rojas, A. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. MACGRAW - HILL.
- Vértice, E. (2007). *Marketing Promocional*.

Linkografía

- Acuerdo Ministerial N. 00003523, Reglamento para regular el funcionamiento de los establecimientos que prestan servicios funerarios y de manejo de cadáveres y restos humanos. Recuperado de http://www.lacamaradequito.com/uploads/tx_documents/acuerdo_3523msp.pdf
- Bolaños, Ricardo (2005), "Calidad del Servicio". Recuperado de www.gestiopolis.com
- Competencias de un contador. Recuperado de http://www.facpce.org.ar/web2011/files/img_prof_art_tec/bernabeu.pdf
- Competencias gerenciales. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2005/lmr/7.htm>
- López, Enrique (2005), "Embalsamiento". Recuperado de www.um.es

- Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Tulcán.
Recuperado de <http://planeacionestrategica.gmtulcan.gob.ec/index.php/2013-02-21-18-46-01>

ANEXOS

ANEXO N° 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA: Contabilidad y Auditoría

Encuesta dirigida a la Población Económicamente Activa comprendida en la edades de 20 a 69 años de edad de la ciudad de Tulcán.

Objetivo: Obtener información sobre los servicios que brinda las funerarias de la ciudad de Tulcán.

INSTRUCCIONES

- Marque con una X la opción que usted considere adecuada donde corresponda.

DATOS TÉCNICOS

Edad: 20 – 34 () 35 – 49 () 50 – 64 () 65 – 69 ()
Género: F () M ()
Ocupación: Empleado Privado () Profesional () Estudiante ()
Empleado Público () Comerciante () Ama de
casa ()

CUESTIONARIO

1) ¿Ha sufrido usted la pérdida de un ser querido?

SI () NO ()

2) ¿Usted ha accedido al servicio de una funeraria?

SI () NO ()

3) ¿El servicio al que accedió fue?:

PAGADO () GRATUITO ()

4) ¿El servicio al que accedió incluía?:

Preparación del cadáver ()
Féretro ()
Parte mortuorio ()
Arreglos florales ()
Capilla ardiente ()
Oratoria ()

Servicio de cafetería ()
 Trámites legales ()
 Servicio eclesiástico ()
 Nicho o túmulo ()

5) ¿Para la velación e inhumación de su ser querido hubo problemas en conseguir un servicio de funeraria?

SI () NO ()

6) El servicio que prestan las funerarias a la ciudadanía tulcanesa es:

Excelente () Bueno () Regular () Malo ()

7) ¿Qué servicios le gustaría que preste una funeraria?

- Preparación del cadáver ()
- Parte mortuario ()
- Sala de velación ()
- Oratoria ()
- Servicio de alimentación ()
- Adquisición de nicho o túmulo ()
- Tramitación legal ()
- Servicio eclesiástico ()
- Transporte ()
- Hospedaje ()

8) ¿Le gustaría que exista una empresa que se encargue de todos los servicios funerarios con la mayor discreción y de forma oportuna?

SI () NO ()

9) Estaría dispuesto a contratar un servicio funerario que incluya lo siguiente:

SERVICIO FUNERARIO	
ESTILO COLONIAL	ESTILO MODERNO
Cofre Lineal Alquiler del nicho Servicio Eclesiástico Sala de velación Preparación del cadáver Parte mortuario Carroza Fúnebre Arreglos florales Naturales Tramitación legal Oratoria Cafetería Musical en vivo Honras Primer mes	Cofre Copa Alquiler del nicho Servicio Eclesiástico Sala de velación Preparación del cadáver Parte mortuario Carroza Fúnebre Arreglos Florales Artificiales Tramitación legal

SI ()

NO ()

10) ¿Qué tipo de servicio estaría dispuesto a contratar?

ESTILO COLONIAL ()

ESTILO MODERNO ()

11) ¿Qué precio estaría dispuesto a cancelar por los servicios antes mencionados?

ESTILO COLONIAL		ESTILO MODERNO	
PRECIO		PRECIO	
1,100.00		950.00	
1,200.00		1,050.00	
1,300.00		1,150.00	

12) ¿Cree usted conveniente la creación de un fondo que reserve su servicio funerario a futuro?

SI ()

NO ()

13) ¿Cómo estaría dispuesto a abonar por el fondo de servicio funerario?

Mensual ()

Bimestral ()

Trimestral ()

14) ¿Qué medio de comunicación es de su preferencia?

Radio () Televisión () Prensa escrita ()

Gracias por su colaboración

ANEXO N° 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA: Contabilidad y Auditoría

Entrevista dirigida al Abg. Marcelo Pérez Administrador del Cementerio José María Azael Franco. Obteniendo la siguiente información:

1. ¿Usted está de acuerdo con la práctica religiosa de enterrar a los difuntos?
2. ¿La sociedad tulcanesa mantiene sus costumbres religiosas, como lo es la velación de los difuntos?
3. La economía de los tulcanesinos está en capacidad de pagar un servicio funerario acorde a sus necesidades.
4. ¿Conoce los servicios que ofrecen las funerarias existentes?
5. ¿Conoce si las funerarias dan un tratamiento a los residuos (flores, tarjetas)?
6. ¿Considera que la población tulcanesa estaría preparada para una empresa con nuevos servicios?
7. En promedio, ¿Cuántos nichos se rentan o venden al mes?

- 8.** ¿La venta de estos nichos la realiza directamente al familiar del fallecido o a una persona intermediaria?

- 9.** ¿Considera que la creación de esta empresa facilitará la tramitación legal para la inhumación de un cadáver?

ESTILO MODERNO

Monto del Crédito 897.75
Tiempo 2
Tasa 15.99%

Año	Cuota	Interés	Capital	Acumulado	Pendiente
					\$ 897.75
1	(\$ 43.95)	(\$ 11.96)	(\$ 31.99)	(\$ 31.99)	\$ 865.76
2	(\$ 43.95)	(\$ 11.54)	(\$ 32.42)	(\$ 64.41)	\$ 833.34
3	(\$ 43.95)	(\$ 11.10)	(\$ 32.85)	(\$ 97.25)	\$ 800.50
4	(\$ 43.95)	(\$ 10.67)	(\$ 33.29)	(\$ 130.54)	\$ 767.21
5	(\$ 43.95)	(\$ 10.22)	(\$ 33.73)	(\$ 164.27)	\$ 733.48
6	(\$ 43.95)	(\$ 9.77)	(\$ 34.18)	(\$ 198.45)	\$ 699.30
7	(\$ 43.95)	(\$ 9.32)	(\$ 34.63)	(\$ 233.08)	\$ 664.67
8	(\$ 43.95)	(\$ 8.86)	(\$ 35.10)	(\$ 268.18)	\$ 629.57
9	(\$ 43.95)	(\$ 8.39)	(\$ 35.56)	(\$ 303.74)	\$ 594.01
10	(\$ 43.95)	(\$ 7.92)	(\$ 36.04)	(\$ 339.78)	\$ 557.97
11	(\$ 43.95)	(\$ 7.43)	(\$ 36.52)	(\$ 376.30)	\$ 521.45
12	(\$ 43.95)	(\$ 6.95)	(\$ 37.00)	(\$ 413.30)	\$ 484.45
13	(\$ 43.95)	(\$ 6.46)	(\$ 37.50)	(\$ 450.80)	\$ 446.95
14	(\$ 43.95)	(\$ 5.96)	(\$ 38.00)	(\$ 488.79)	\$ 408.96
15	(\$ 43.95)	(\$ 5.45)	(\$ 38.50)	(\$ 527.30)	\$ 370.45
16	(\$ 43.95)	(\$ 4.94)	(\$ 39.02)	(\$ 566.31)	\$ 331.44
17	(\$ 43.95)	(\$ 4.42)	(\$ 39.54)	(\$ 605.85)	\$ 291.90
18	(\$ 43.95)	(\$ 3.89)	(\$ 40.06)	(\$ 645.91)	\$ 251.84
19	(\$ 43.95)	(\$ 3.36)	(\$ 40.60)	(\$ 686.51)	\$ 211.24
20	(\$ 43.95)	(\$ 2.81)	(\$ 41.14)	(\$ 727.64)	\$ 170.11
21	(\$ 43.95)	(\$ 2.27)	(\$ 41.69)	(\$ 769.33)	\$ 128.42
22	(\$ 43.95)	(\$ 1.71)	(\$ 42.24)	(\$ 811.57)	\$ 86.18
23	(\$ 43.95)	(\$ 1.15)	(\$ 42.80)	(\$ 854.38)	\$ 43.37
24	(\$ 43.95)	(\$ 0.58)	(\$ 43.37)	(\$ 897.75)	\$ 0.00

**FUNERARIA
LA PAZ**

Accesorios Funerarios
BURBANO VELA LUIS ANTONIO

RUC: 0401025738001

PROFORMA

CLIENTE

Nombre: Sra. Gabriela Bernal
Dirección: Av. Veintimilla y Universitaria
Ciudad: Tulcán
RUC: 0401516232

Fecha: 02/02/2014

Cant.	DETALLE	P. UNIT.	TOTAL
2	juegos de farolas eléctricas para capilla ardiente de color plateado que incluye: * 4 farolas grandes doble foco * 4 farolas medianas sencillas * 4 farolas pequeñas doble foco	1.339,28	2.678,56
2	juegos de pedestales para cirios o veladoras de color plateado * 4 pedestales grandes * 8 pedestales pequeños	446,43	892,86
OBSERVACIONES:		SUBTOTAL	3.571,42
		12%	428,57
		TOTAL	3.999,99


FIRMA RESPONSABLE


FIRMA CLIENTE

Dirección: Av. Manabí y Uruguay - Contactos: 062 643 728 / 0995105591

**METALICAS LOZADA HNOS**

Fabrica : Autopista Gral Rumiñahui Km 4 1/2
 Almacén No1 : Ulloa y Mercadillo C C Snta Clara local N° 13
 Almacén No2 : Av. Mariscal Sucre N22-33 y Pilaló
 e-mail : metalicaslozada@gmail.com
 Tlf : 2656-480 2903-725 2835-160 2624-830

RUC 1708050230001

CLIENTE	SRA. GABRIELA BERNAL			
FECHA	28 de marzo de 2014			
No	201301			
email	gpaty2603@hotmail.com			
CODIGO	EQUIPO	CANT	PRECIO/UNIT	PRECIO/TOT
	MESA SENCILLA	1	180,00	180,00
	MESA-P-A ESTRUCTURA FABRICADA EN PERFLERÍA ESTRUCTURAL REFORZADA PARA TRABAJO PESADO MONTADO SOBRE PATAS CONSTRUIDAS EN TUBO SUSTENTADAS SOBRE REGATONES REGULADORES DE ALTURA TOPE SUPERIOR EN ACERO INOXIDABLE ENTREPAÑO EN LAMINA.			
	MESA DE TRABAJO	1	355,00	355,00
	MESA-P-A ESTRUCTURA FABRICADA EN PERFLERÍA ESTRUCTURAL REFORZADA PARA TRABAJO PESADO MONTADO SOBRE PATAS CONSTRUIDAS EN TUBO SUSTENTADAS SOBRE REGATONES REGULADORES DE ALTURA TOPE SUPERIOR EN ACERO INOXIDABLE ENTREPAÑO EN LAMINA DE ACERO INOXIDABLE ESPALDAR SANITARIO DE 12 Ccms, CON CANALES PARA DESAGUE.			
FRENTE	200 cm	FONDO	80 cm	ALTO
				85 cm
TLGO PATRICIO LOZADA	TIEMPO ENTREGA	30 DIAS LABORABLES	SUB TOTAL	535,00
	GARANTIA	1 AÑO	IVA	64,20
	FORMA PAGO	50% ANTICIPO 50% CONTRA ENTREGA	TOTAL	599,20
	VALIDEZ OFERTA	30 DIAS		



DISTRIBUIDORA ANITA

VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS DE PERFUMERÍA Y
ARTÍCULOS PARA EL HOGAR EN GENERAL

SIMBAÑA LÓPEZ ANA EDILMA

RUC: 0401761788001

Direc.: Bolívar 53 - 074 y Boyacá / Telf.: Almacén: 2985992

Cel.: 0994184071 - 0986195471 - Bodega - Casa: 2962002

Tulcán - Ecuador

Fecha: 15/03/2014

Cliente: Gabriela Bernal

Dirección: Av. Veintimilla y Av. Universitaria

PROFORMA

CANT.	PRODUCTOS	V. UNITARIO SIN IVA	V. TOTAL SIN IVA
2	Cafeteras Eléctricas Oster Cap. 100 tazas	223,21	446,43
2	Cafeteras Eléctricas Oster Cap. 42 tazas	53,57	107,14
 RECIBÍ CONFORME		SUBTOTAL	553,57
		IVA 0 %	
		IVA 12 %	66,43
		TOTAL	620,00

PROHIGIE

Productos de Higiene

Zoila Magdalena Garcés Sornoza
RUC: 0800754111001

Direc.: Atahualpa E6-149 y De Las Palomas
Quito - Ecuador * Telf.: 2065 - 605

Direc.: Olmedo y Rocafuerte - Esquina
Tulcan - Ecuador * Telf.: 2245 - 302



PROFORMA

FECHA: 12 02 14

Señor (es): Gabriela Bernal
Dirección: Av. Veintimilla y Universitaria
C.I./ RUC: 0401516232 Sector: Tulcán

CANT.	PRODUCTOS	V. UNITARIO SIN IVA	V. TOTAL SIN IVA
3	Escobas	4,46	13,39
3	Traperos	5,80	17,41
2	Detergente 10kg.	20,09	40,18
2	Papel higiénico	4,82	9,64
OBSERVACIONES:		SUBTOTAL	80,63
		IVA 0 %	
		IVA 12 %	9,68
		TOTAL	90,30

RECIBÍ CONFORME

