

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
SEDE – LATACUNGA**



CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y EJECUCIÓN
DE UN CAMPO SANTO PRIVADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**

**PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

**ELABORADO POR:
JORGE AUGUSTO MORALES OSORIO**

**DIRECTOR:
ECO. CARLOS PARREÑO**

**CODIRECTOR:
DR. GONZALO FIALLOS**

LATACUNGA, OCTUBRE DEL 2008

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

En nuestra calidad de Director y Codirector, certificamos que el Señor Jorge Augusto Morales Osorio, ha desarrollado el proyecto de Grado titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y EJECUCIÓN DE UN CAMPO SANTO PRIVADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”** aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizamos al mencionado alumno, reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades de la Carrera de Ingeniería Comercial, y proceda a la exposición de su contenido.

Atentamente,

Eco. Carlos Parreño
DIRECTOR

Dr. Gonzalo Fiallos
CODIRECTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

EXPRESA

Quien suscribe Jorge Augusto Morales Osorio, portador de la cédula de ciudadanía N° 050290350-3 libre y voluntariamente declaro que el presente tema de investigación sobre **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y EJECUCIÓN DE UN CAMPO SANTO PRIVADO”** es original, autentico y personal.

En tal virtud declaro que el contenido y para los efectos legales y académicos que se desprenden de la presente tesis es y será de mi exclusiva responsabilidad legal y académica.

Para respetar el derecho intelectual de los autores de la información secundaria utilizada a manera de bibliografía, se muestra en el documento como pie de página.

La demás información recabada en este documento es el aporte intelectual y principalmente los conocimientos adquiridos en el transcurso de mi carrera universitaria.

Atentamente,

Jorge Augusto Morales Osorio.

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

JORGE AUGUSTO MORALES OSORIO

Autorizamos a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo de grado titulado “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y EJECUCIÓN DE UN CAMPO SANTO PRIVADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**” cuyo contenido ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Latacunga Octubre del 2008

Atentamente,

Jorge Augusto Morales Osorio
CI: 050290350-3

ÍNDICE GENERAL

	TEMA	PÁG.
	PRELIMINARES	
	AGRADECIMIENTO	I
	DEDICATORIA	II
1.	CAPÍTULO I	
1.1.	Generalidades.	1
1.2.	Objetivos.	3
1.2.1.	General.	3
1.2.2.	Específico.	3
1.3.	Justificación.	4
1.4.	Situación Actual de los Campo Santo en el País.	7
2.	CAPÍTULO II	
2.1.	Objetivos del Estudio de Mercado.	11
2.1.1.	Objetivo General.	11
2.1.2.	Objetivos Específicos.	11
2.2.	Análisis de la Información.	11
2.2.1.	Información Primaria.	13
2.2.2.	Información Secundaria.	18
2.3.	Segmentación de Mercado.	18

2.3.1.	Proceso de Segmentación.	40
2.3.2.	Variables de Segmentación.	40
2.3.3.	Perfil del Mercado Objetivo.	45
2.4.	Análisis de la Demanda.	45
2.4.1	Demanda Histórica.	46
2.4.2.	Demanda Actual.	47
2.4.3.	Proyecciones de la Demanda.	47
2.5.	Análisis de la Oferta.	50
2.5.1.	Oferta Histórica.	51
2.5.2.	Oferta Actual.	52
2.5.3.	Proyecciones de la Oferta.	52
2.6.	Análisis de la Demanda Insatisfecha.	55
2.7.	Análisis de Precios.	56
3.	CAPÍTULO III	
3.1.	Objetivos del Estudio Técnico	58
3.1.1.	Objetivo General.	58
3.1.2.	Objetivos Específicos.	58
3.2.	Estudio Técnico.	59
3.3.	Tamaño del Proyecto.	59
3.3.1.	Factores Determinantes del Proyecto.	60
3.3.1.1.	Disponibilidad de Recursos Financieros.	61

3.3.1.2.	Disponibilidad de Tecnología.	61
3.3.1.3.	Disponibilidad del Espacio Físico.	62
3.3.2	Tamaño en proporción al mercado.	63
3.4	Análisis de los factores que influyen en el tamaño del proyecto	67
3.5.	Localización del Proyecto.	68
3.5.1.	Macro-localización.	69
3.5.1.1.	Factores de localización.	70
3.5.1.2.	Análisis de los factores que influyen en ubicación del proyecto.	71
3.5.1.2.1.	Factores Geográficos.	71
3.5.1.2.2.	Factores Institucionales.	72
3.5.1.2.3.	Factores Económicos.	72
3.5.1.2.4.	Competencia.	73
3.5.1.2.5.	Recurso Humano.	73
3.5.1.2.6.	Mercado.	74
3.5.2.	Micro-localización.	74
3.5.2.1.	Factores de localización.	74
3.5.2.1.1.	Factores Geográficos.	74
3.5.2.1.2.	Factores Sociales.	75
3.5.2.1.3.	Factores Económicos.	76
3.6.	Ingeniería del Servicio.	78
3.6.1.	Descripción del Servicio.	78
3.6.2.	Procesos.	83

3.6.2.1.	De producción.	83
3.7.	Distribución General de las Instalaciones.	85
3.7.1.	Distribución Interna de las Instalaciones.	86
3.8.	Recursos Propuestos.	87
3.8.1.	Requerimiento de Mano de Obra.	87
3.8.2.	Gasto Administrativo.	88
3.8.3.	Equipo y Maquinaria.	88
3.8.4.	Muebles y Enseres.	89
3.8.5.	Gasto de Constitución.	93
3.8.6.	Servicios Básicos.	94
3.8.7.	Terreno.	95
3.8.8.	Instalación y Construcción.	96
3.8.9.	Vehículo.	97
3.9.	Impacto Ambiental.	98
4.	CAPÍTULO IV	
4.1.	La Empresa.	101
4.1.1.	Nombre o Razón Social.	101
4.1.2.	Logotipo de la Empresa.	101
4.1.3.	Titularidad de la empresa.	102
4.1.4.	Base Legal.	102
4.1.5.	Tipo de Empresa.	104

4.1.6.	Clase de Actividad.	105
4.2.	Base Filosófica de la Empresa.	105
4.2.1.	Misión.	106
4.2.2.	Visión.	107
4.2.3.	Objetivos Estratégicos.	107
4.2.4.	Estrategias Empresariales.	108
4.2.5.	Principios y Valores.	109
4.2.6.	Departamentalización.	111
4.2.6.1.	Organigrama Estructural.	113
4.2.6.2.	Organigrama Funcional.	114
4.2.7.	Niveles Jerárquicos de la Empresa.	115
4.2.8.	Descripción de Puestos.	116
5.	CAPÍTULO V	
5.1.	Estudio Financiero.	134
5.2.	Inversión.	134
5.3.	Costo de Terreno, Edificio, Equipo, Muebles y Enseres.	136
5.4.	Depreciación.	137
5.5.	Financiamiento.	138
5.6.	Proyecciones de los Ingresos.	140
5.7.	Presupuesto de Costos.	142
5.7.1.	Costo de Mano de Obra Directa.	142

5.8.	Presupuesto de Gastos.	144
5.8.1.	Gastos Administrativos.	144
5.8.2.	Gastos Generales.	146
5.9.	Presupuesto de Egresos.	149
5.10.	Estados Financieros.	150
5.10.1.	Balance General.	150
5.10.2.	Estado de Resultados.	152
5.10.3.	Flujo de Efectivo.	153
5.10.4.	Razones Financieras.	155
6.	CAPÍTULO VI	
6.1.	Evaluación financiera.	157
6.2.	Estructura de Costos.	157
6.2.1.	Costos Fijos.	157
6.2.2.	Costos Variables.	158
6.2.3.	Costos Totales.	159
6.3.	Punto de Equilibrio.	159
6.3.1.	Cálculo del Punto de Equilibrio.	160
6.4.	Valor Actual Neto (VAN).	161
6.5.	Tasa Interna de Retorno.	163
6.6.	Período de Recuperación.	164
6.7.	Relación Costo/Beneficio.	164

6.8.	Análisis de Sensibilidad.	165
7.	CAPÍTULO VII	
7.1.	Conclusiones.	167
7.2.	Recomendaciones.	169
7.3.	ANEXOS	171
7.4.	Bibliografía.	181

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO

Nº	TEMA	PÁG.
1.0.	Principales Campos Santos Privados de Quito y Guayaquil.	9
2.0.	PEA de la república del Ecuador, VI y V de la vivienda 2001-2002.	19
2.1.	Fallecimientos de la PEA de la ciudad de Latacunga.	20
2.2.	Fallecimientos de la PEA; por grupos principales de ocupación, de años y más edad.	16 22
2.3.	Evolución de los fallecimientos de la PEA.	23
2.4.	¿Ha solicitado usted alguna vez los servicios fúnebres privados?	26
2.5.	¿En caso del inesperado fallecimiento de algún familiar, optaría usted, por el servicio de Campo Santo Privado?	28
2.6.	¿Cuál sería para usted, el lugar óptimo para la ubicación de un Campo Santo Privado?	30

2.7.	¿Qué servicios le gustaría que tenga el Campo Santo Privado?	32
2.8.	¿Escogería usted, el mencionado servicio de Campo Santo Privado porque razón?	34
2.9.	¿Cómo considera usted, los servicios exequiales existentes en la localidad?	36
2.10.	¿Cree usted que sería conveniente crear un Campo Santo Privado en la ciudad de Latacunga, con los servicios ya mencionados?	38
2.11.	Fallecidos de la PEA (estimación 2008).	41
2.12.	Fallecidos de la PEA, por estructuras porcentuales según edad, para el año 2008.	42
2.13.	Fallecidos de la PEA mayor de 16 años de edad por estructuras porcentuales según rama de actividad económica; año 2008.	43
2.14.	Opción de la PEA de 16 años y más edad; por la preferencia de Campo Santo Privado.	44
2.15.	Predisposición de la PEA de 16 años y más edad de los servicios exequiales deseables.	44
2.16.	Predisposición de la PEA de 16 años y más edad mayor, para que se cree el Campo Santo en la ciudad de Latacunga.	45
2.17.	Demanda histórica de la PEA para la creación del Campo Santo Privado.	46
2.18.	Demanda actual de la PEA para la creación del Campo Santo Privado.	47
2.19.	Proyección de la demanda de la PEA para la creación del Campo Santo Privado.	47
2.20.	Oferta histórica de la PEA en la zona urbana de la ciudad de Latacunga	51

2.21.	Oferta actual de la PEA en la zona urbana de la ciudad de Latacunga	52
2.22.	Proyección de la oferta de la PEA en la zona urbana de la ciudad de Latacunga.	52
2.23.	Índice de la demanda insatisfecha de la PEA en la zona urbana de la ciudad de Latacunga.	55
2.24.	Precio promedio del servicio exequial.	56
3.0.	Demanda insatisfecha; que solicita la creación de un Campo Santo; producto inhumación.	64
3.1.	Demanda insatisfecha; que solicita la creación de un Campo Santo; servicio cremación.	65
3.2.	Demanda insatisfecha; que solicita la creación de un Campo Santo; producto inhumación y cremación.	66
3.3.	Distribución general de las instalaciones.	85
3.4.	Distribución interna de las instalaciones.	86
3.5.	Gastos de remuneración operativa.	87
3.6.	Gastos de remuneración administrativa.	88
3.7.	Equipo y maquinaria.	89
3.8.	Muebles y enseres.	90
3.9.	Equipos destinados al área administrativa.	91
3.10.	Equipos de cómputo destinados al área de administración, departamento de ventas, departamento de servicios.	92
3.11.	Suministros de oficina destinados al área administrativa para el	

funcionamiento mensual y anual.	93
3.12. Gasto de constitución para el funcionamiento del Campo Santo Privado	93
3.13. Detalle del gasto de servicios básicos para el funcionamiento del Campo Santo Privado.	94
3.14. Detalle de los gastos proveedores para el funcionamiento del Campo Santo Privado.	95
3.15. Detalle del terreno.	96
3.16. Detalle del edificio y construcción.	96
3.17. Vehículo.	97
4.0. Estrategias empresariales.	109
5.0. Inversión inicial.	135
5.1. Costo de activos fijos.	136
5.2. Depreciación anual de los activos fijos.	137
5.3. Estructura del financiamiento.	139
5.4. Ingresos totales (Inhumación).	140
5.5. Ingresos totales (Cremación).	141
5.6. Gasto remuneración operativa.	143
5.7. Gasto administrativo y de ventas.	145
5.8. Suministros y útiles de limpieza.	146
5.9. Servicios básicos.	147
5.10. Gasto proveedores.	148
5.11. Presupuesto de egresos.	149
5.12. Balance general proyectado.	151

5.13.	Estado de resultados.	152
5.14.	Flujo de efectivo proyectado.	154
5.15.	Razones financieras proyectadas.	155
6.0.	Costos fijos.	158
6.1.	Costos variables.	158
6.2.	Costos totales.	159
6.3.	Punto de equilibrio.	161
6.4.	Análisis de sensibilidad.	166

ÌNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO

Nº	TEMA	PÁG.
2.0.	¿Ha solicitado usted alguna vez los servicios fúnebres privados?	26
2.1.	¿En caso del inesperado fallecimiento de algún familiar, optaría usted, por el servicio de Campo Santo Privado?	28
2.2.	¿Cuál sería para usted, el lugar óptimo para la ubicación de un Campo Santo Privado?	30
2.3.	¿Qué servicios le gustaría que tenga el Campo Santo Privado?	32
2.4.	¿Escogería usted, el mencionado servicio de Campo Santo Privado por	

qué razón?	34
2.5. ¿Cómo considera usted, los servicios exequiales existentes en la localidad?	36
2.6. ¿Cree usted que sería conveniente crear un Campo Santo Privado en la ciudad de Latacunga, con los servicios ya mencionados?	38
2.7. Pronóstico de la demanda, en número de habitantes.	48
2.8. Pronóstico de la demanda, en usd, servicio parcelas.	49
2.9. Pronóstico de la demanda, en usd, servicio cremación.	49
2.10. Pronóstico de la oferta, en número de habitantes.	53
2.11. Pronóstico de la oferta, en usd, servicio parcelas.	54
2.12. Pronóstico de la oferta, en usd, servicio cremación.	54
3.0. Mapa político de la provincia de Cotopaxi.	70
3.1. Plano donde se localizará el proyecto.	77
3.2. Técnicas de diseño y calidad del servicio.	80
3.3. Cadena de valor del servicio de Campo Santo Privado.	82
3.4. Diagrama de flujo del proceso de ingreso al Campo Santo Privado.	83
3.5. Simbología del diagrama de flujo del proceso del Campo Santo Privado.	84
4.0. Logotipo de “Jardines del Recuerdo S.A.”	101
4.1. Organigrama estructural.	113
4.2. Organigrama funcional.	114

AGRADECIMIENTO

Al término de esta etapa de mi vida, quiero expresar un profundo agradecimiento a quienes con su ayuda, apoyo y comprensión me alentaron a lograr esta hermosa realidad a Dios y a la Virgen, por enseñarme el camino correcto de la vida, guiándome y fortaleciéndome cada día con su Santo Espíritu.

A mi querida Mamá, Hermanos y Hermana, a todos los directivos de la Escuela Politécnica del Ejército, a la Carrera de Ingeniería Comercial por el soporte institucional para la realización de esta investigación.

A todas las personas que han contribuido de una u otra manera a mi formación, tanto personal como profesional; en especial al Director de Tesis, Carlos Parreño, y Codirector Gonzalo Fiallos; ya que gracias a su orientación, motivación y paciencia, he podido culminar con éxito este trabajo de investigación.

“Para empezar un gran proyecto, hace falta valentía. Para terminar un gran proyecto, hace falta perseverancia.”

DEDICATORIA

“Cuando un hombre orienta toda su atención y su voluntad hacia un fin determinado, acaba por alcanzarlo.” *Herman Hesse.*

Este trabajo lo dedico a mi querida Mamá, por estar ahí cuando más la necesité por su amor, paciencia, comprensión y motivación, sin lo que hubiese sido imposible lograr terminar estos estudios.

A mis queridos hermanos y hermana por creer y confiar siempre en mí, apoyándome en todas las decisiones que he tomado en la vida.

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

CAPÍTULO I

1.1. GENERALIDADES

La venta de servicios funerarios es el “negocio no querido”, considerado “de mala suerte” y que pasa “desapercibido” en la economía del país, mencionan algunos de los administradores de los principales cementerios privados del país, pero como se observa en la actualidad ya las perspectivas sobre los cementerios privados son aceptados y han ido cambiando la mentalidad de las personas por la adecuación de un servicio mejor y de excelente calidad que va adquiriendo cada vez más importancia económica y social.

Las empresas funerarias, según el nivel socioeconómico al que dirija sus ofertas, maneja ingresos considerablemente altos y que a la vez generan en conjunto trabajo tanto para empleados como para vendedores de la misma índole.

Hace una década el negocio de los servicios exequiales no tenía la misma relevancia; hoy las ventas de paquetes de pre necesidad (pagar por anticipado los funerales) dominan ya el mercado; razón por la cual se está obligando a cambiar no solo en la capacidad de sus instalaciones sino también en su modernización; a las últimas exigencias tanto tecnológicas, como a la vez conductas exequiales nuevas que se presentan en la actualidad y que el sector funerario ha desarrollado.

Para ello los Campos Santos Privados se distinguen unos de otros por presentar su mejor imagen frente a sus clientes reales y potenciales presentando para ello ambientes verdes y rebosantes de naturaleza alejado de las zonas céntricas de las urbes, donde la armonía, la belleza y recuerdo permita la despedida de un ser querido que ha fallecido.

Los cementerios privados debido a la alta demanda hacia el sector siguen desarrollando nuevas expectativas de servicios, como al igual implementando e incrementando su infraestructura; ya que los cementerios comunes no

abastecen la capacidad ni las expectativas de los usuarios; las cuales son bien recibidas por las personas que necesitan este servicio.

La tendencia en la actualidad de los Campos Santos no solo es contar con capillas, salas de velación y sitios para formolizar a los cadáveres; sino que ahora disponen de suites para los más allegados, cafeterías con autoservicio, laboratorios de tanatopraxia (procedimientos para retrasar la descomposición de un cadáver y mejorar su aspecto físico); funeraria, crematorio, local para velación, traslado, carroza fúnebre, inhumación, venta de ataúdes, contratación de arreglos florales, etc; y en si servicios exequiales que son bien percibidos por las personas; y que a la vez ofrecen variedad de precios y comodidad de pagos.

En la actualidad se está consciente de lo inevitable que es por hoy el preveer el descanso de nuestros seres queridos y que la tendencia sobre el sector funerario es un asunto que no debe pasar desapercibido; cada vez se observa el aumento de adquirir planes de previsión de los servicios fúnebres privados.

Hoy morir se cuesta, mencionan varias personas que administran los servicios del sector funerario y por tal motivo se deberá prever por anticipado la despedida de nuestros seres queridos y el nuestro mismo; mediante las posibilidades de financiamiento que presentan los Campos Santos Privados.¹

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. GENERAL

¹ www.eluniverso.com - Se incrementa la demanda de sepulturas en la ciudad - Mayo_ 9, 2007 - EL GRAN GUAYAQUIL.mht (Resumen)

- Determinar la factibilidad para la creación y ejecución de un Campo Santo Privado en la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un estudio de mercado adecuado con el fin de obtener, analizar y comunicar información acerca de los clientes, el producto, el precio, el tipo de distribución, las promociones, los competidores y los proveedores, dando a conocer así la oferta, demanda potencial, insatisfecha de los individuos.
- Estructurar el estudio técnico para definir el tamaño y localización de las instalaciones materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, plan de manufactura, inversión requerida, forma en que se organizará la empresa y costos de inversión y operación dando a conocer un análisis del proceso del servicio.
- Realizar un estudio financiero.
- Determinar los ratios financieros que se genera por la operación que realiza la empresa en lo concerniente con los estados financieros; los cuales nos reflejarán información que permite tomar decisiones acertadas a los miembros de la empresa.
- Determinar la estructura de la empresa, al mismo tiempo apoyarse en planeamientos, coordinación y supervisión de las funciones administrativas y de apoyo, necesarias para el adecuado funcionamiento y desarrollo de la organización.

1.3 Justificación

El presente proyecto estará dirigido aquellas personas que deseen ofrecer otra forma de honrar y recordar a sus seres queridos mediante una nueva propuesta que se está implantando ya en la actualidad de un Campo Santo Privado.

El proyecto se desarrolla ante la necesidad de tener una alternativa diferente a las que ya existen en la actualidad, como se observa en la ciudad de Latacunga los cementerios muestran la falta de espacio para recibir restos mortales.

Por ello queremos ponernos a la disposición de todos los ciudadanos de la localidad, para ayudarles en todas las cosas que estimen oportunas, con asesoramiento calificado de servicios exequiales que se precisen convenientes con una excelente calidad que un acto de esta naturaleza lo requiere.

El concepto de cementerio ha cambiado actualmente por una concepción más digna; es así que a continuación mencionamos algunos conceptos referentes a lo que es un Campo Santo Privado:

1. Un predio verde y rebosante de naturaleza, donde la armonía, el recuerdo y la belleza una al recuerdo de nuestros seres queridos.
2. Un lugar donde se honra con un ambiente natural de gran belleza a los familiares y amigos que han partido.
3. Un lugar de descanso eterno para nuestros seres queridos, en un ambiente de paz y tranquilidad, rodeado de una exuberante belleza natural.

Las características del servicio será la de crear un lugar de paz y resignación para el descanso de los restos mortales, estableciendo los precios más accesibles para todas las clases sociales, resolviendo el problema de ubicación, urbanización y arquitectura en una zona totalmente reservada, diseñando un Campo Santo Privado que cree un paisaje urbano único, ofreciendo servicios exequiales como:

- Funeraria.
- Crematorio.
- Traslado.
- Carroza fúnebre.
- Sepultura.
- Venta de ataúdes.
- Contratación de arreglos florales.
- Tanatopraxia.
- Terreno con escritura pública.
- Mantenimiento a perpetuidad.
- Vigilancia las 24 horas.
- Servicio de lujo dentro y fuera del Campo Santo.
- Sistemas de financiamiento.
- Cómodas cuotas mensuales.
- Asesoría profesional.
- Sala de velación.
- Servicio de cafetería.
- Floristería.
- Trámites Legales.
- Libro de condolencias.

En la actualidad lo que buscan las personas es facilitar todas las actividades que se realizan en un acontecimiento de esta naturaleza, en aquellos momentos lo que menos se dispone es de tiempo, por lo que nuestro servicio sería el encargado de realizar en forma completa el servicio de funeraria y traslado de acuerdo a sus expectativas y posibilidades económicas.

El sector de servicios funerarios había sufrido cambios en su estructura como consecuencia de las variaciones producidas en su entorno. Los cambios en los valores y la cultura, sobre todo en núcleos urbanos, han provocado el surgimiento de una demanda de un servicio integral, con ofertas de servicios complementarios, cuyos canales de operatividad son la calidad y el trato personalizado. Esta evolución de la demanda es lo que puede dar una oportunidad a una empresa de este tipo, cuyo fin sería ofrecer servicios de alta calidad, de manera integral (con todos los servicios) en los momentos de mayor necesidad de sus clientes.

Por tanto el presente proyecto estará enfocado a todo grupo de personas tomando énfasis en las personas de 16 años y más edad por no estar exentos a una decaída de muerte, y a su vez por ser considerados como la PEA; mercado al cual nos vamos a dirigir.

La filosofía será la de mejorar día a día los servicios de los cementerios, siguiendo las directrices emanadas de la municipalidad, se realizará la construcción de unidades de enterramiento individuales-osarios-, unidades de enterramiento familiares–panteones-, con servicios exequiales adicionales y planes de previsión; así como la instalación de hornos crematorios.

De esta forma con los conceptos mencionados se pretende llegar a que la sociedad busque generar el cambio de mentalidad de cultura existente, el concepto de dar a conocer no significa anticipar o desear lo inesperado; sino

de prever sucesos mortuorios que puedan suscitar con nuestros seres queridos y en si con nosotros mismos; logrando ofrecer la prevención familiar mediante la compra y venta con escritura pública de terrenos y servicios exequiales, como a la vez presentar servicios exequiales nuevos que han ido evolucionando en el sector funerario.

Situación Actual de los Campos Santos en el país

Desde 100 mil hasta un millón de dólares mensuales en ventas producen las empresas funerarias en las principales ciudades del país en dónde ya existe Campos Santos Privados con todos los servicios exequiales que pueden presentarse para satisfacer los requerimientos en un momento como es el de la muerte. Este negocio considerado “tétrico” crece y se moderniza a medida que la gente mira la muerte como algo para lo que hay que prepararse.

Sin embargo, afirman los representantes de funerarias, según el nivel socioeconómico al que dirija sus ofertas, maneja ingresos beneficiables, generando a la vez en conjunto empleo; es así que en las ciudades donde más se encuentran los cementerios privados como son: en Quito y Guayaquil, tomando en relación a los Campos Santos Privados de la Sociedad Funeraria Nacional-Quito (Cementerio Patrimonial San Diego, Colinas de Paz Parque Cementerio, y el Cementerio Privado de El Batán); y haciendo referencia a los cementerios privados General, Jardines de Esperanza y Parque de la Paz de Guayaquil laboran en conjunto unas 15 mil personas fuera de las organizaciones en este tipo de sector en la ciudad de Guayaquil; en el interior de los tres Campos Santos laboran unos 1.450 empleados y vendedores no asegurados que trabajan a cambio del 10% o el 15% de comisiones; y presentándose de igual manera en los demás Campos Santos de las ciudades que han implantando este tipo de servicio.

Hay que recalcar la importancia de este sector, ya que en la actualidad muchas personas están dependiendo en mayor o en menor proporción su trabajo y sus ingresos; en este nuevo tipo de empresas encontramos desde ebanistas que elaboran cajas fúnebres hasta maquilladores que preparan al

fallecido para que se tenga “la impresión de que duerme”. Se incluyen también pintores, vendedores de bóvedas, guardias, marmolistas, cargadores, cantantes, floristas, que conjuntamente con la infraestructura empresarial contribuyen al desarrollo del sector hoy en día.

Las estadísticas que manejan los Campos Santos en el país confirman la tendencia a adquirir los servicios funerales por adelantado. Entre el 60% y 90% de los ingresos que tienen estas empresas se deben a clientes que piensan en la muerte como un hecho que no los puede tomar desprevenidos.

Los servicios funerales más económicos pueden costar unos 300 dólares como en las salas del cementerio General de Guayaquil, pero hay planes VIP como en los cementerios privados de Quito y Guayaquil que oscila entre los 2200 y 4000 dólares para la inhumación en parcelas dobles; incluido a su vez a este precio los servicios exquiales que pueden bordear los 600 dólares.

En lo que se refiere a la cremación, según reportes de los principales Campos Santos de Guayaquil, Quito, es una tendencia que gana adeptos en el país, aunque de manera lenta; reflejando un registro promedio que en la actualidad se da en el país de entre 10 cremaciones por mes.

Aunque es el 30% más económica que la inhumación, la gente se resiste a la cremación por costumbre, pero en la actualidad se difunde la cremación, ya que existen hornos importados de gran tecnología.²

De los cuales por la cercanía de la ciudad de Quito a nuestra localidad tomaremos énfasis en dichos Campos Santos Privados.

CUADRO No 1.0.

PRINCIPALES CAMPOS SANTOS PRIVADOS DE QUITO Y GUAYAQUIL

² www.eluniverso.com - Atender a la muerte es un negocio en franco crecimiento en el país - Oct_29, 2006 - ESPECIAL.htm(Resumen)

CAMPO SANTO PRIVADO	PRECIO INHUMACIÓN (USD)	PRECIO CREMACIÓN (USD)
Jardines de la Esperanza-Guayaquil	4.000	2.800
Sociedad Funeraria Nacional-Quito	2.300	1.610
Parque de la Paz-Guayaquil	2.200	1.540

Fuente: www.eluniverso.com

Elaborado: Jorge Morales

Las modalidades de pago anticipado varían. Es posible cancelar todo de contado o solo la mitad, el 50% de contado y el resto a crédito o todo a crédito, incluso dando de 1,50 a 3,00 dólares mensuales, como algunos Campos Santos lo están realizando para facilitar los planes de financiamiento de servicios exequiales.

Hoy en día debido a la falta de capacidad instalada y utilizada se están proponiendo por parte de las organizaciones públicas y privadas planes de extensión de nuestros cementerios y para ello proponen en la actualidad construcciones ya no drásticas y simples como las que hasta la actualidad se siguen observando; sino que hoy se presenta nuevas expectativas de construcción para las mejoras de infraestructuras funerarias de ahí la construcción de Campos Santos Privados de primera; y en si para el mejor trato de nuestros seres queridos proponiendo para ello el mejoramiento y modernización con servicios exequiales adicionales para un evento de tal magnitud.

En la actualidad en nuestro país ya es común que las empresas del sector funerario anuncien sus ofertas en publicidad en periódicos y revistas, además de la colocación de carteles y folletos en iglesias, hospitales, casas de asilo, centros sociales e Internet; promoviendo de esta forma el cambio de mentalidad del cliente.

Es tal las nuevas tendencias del marketing y el consumismo que el mercadeo y la publicidad están impactando tanto que están provocando que la gente consuma, incluso, “la muerte antes de tiempo”.

2. CAPÍTULO II

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar los nichos específicos y posibilidades reales de negocio, determinando la noción clara que podría presentarse de la cantidad, características y ubicación de los potenciales consumidores hacia el Campo Santo Privado.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar el grado de interés del segmento de mercado en cuanto a la creación del Campo Santo Privado.
- Conocer las características de oferta potencial, detallando los servicios exequiales.
- Determinar la demanda insatisfecha en la ciudad de Latacunga, de los servicios exequiales.
- Establecer los precios de compra y venta de los servicios exequiales.
- Identificar las características, y ubicación del Campo Santo Privado.

2.2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para el informe de la investigación del estudio de mercado se señalará los datos obtenidos de una investigación descriptiva; en los cuales nos

determinarán la recolección de datos relacionados con las actitudes, intenciones y comportamientos de los consumidores determinando claramente un objeto que es el interés de la población urbana en la ciudad de Latacunga ante la creación de un Campo Santo Privado.

Investigación Concluyente.

Es el paso del método científico que nos permite comprobar las hipótesis planteadas durante la fase anterior y con esta información predecir el futuro y tomar una decisión con cierto grado de certeza mediante los cuestionarios.

Investigación Descriptiva.

La investigación descriptiva es aquella que busca definir las situaciones, costumbres y actitudes predominantes de una población a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos, personas potenciales y reales del Campo Santo Privado, ayudándonos a generar datos de primera mano para realizar un análisis general y presentar expectativas sobre el proyecto.

Los estudios descriptivos son muy comunes en la investigación de mercado y forman el grueso de los estudios tanto internamente por departamentos de investigación como encargados al exterior, permitiendo a los gerentes sacar conclusiones acerca de sus clientes, mercado objetivo, competidores y/o otras cuestiones de interés. Por tanto, es importante que el investigador aplique el sentido común a la hora de incluir las variables de mercado en un estudio descriptivo.³

³ (G:\Artículos de estadística CRM, Data Mining, investigación mercados, satisfacción clientes__.htm (Resumen)

Investigación Causal.

Es aquella investigación que busca explicar las relaciones entre las diferentes variables de un problema de mercado, es el tipo de investigación que busca llegar a los nudos críticos identificando claramente fortalezas y debilidades explicando el "Por Qué?" y el "Cómo?" suceden las cosas.

La investigación causal permite el más alto grado de comprensión que se puede alcanzar acerca de algún tipo de fenómeno, ofreciendo al gerente la posibilidad de plantear sentencias del tipo si/entonces.⁴

Además utilizaremos 2 tipos de información que están a disposición de los investigadores de mercados:

- Datos primarios y
- Datos secundarios

2.2.1. INFORMACIÓN PRIMARIA

Está constituida por el propio usuario o consumidor del producto, se realizan por primera vez; de manera que para la obtención de información, es necesario entrar en contacto directo con las personas o entes involucrados hacia el tema a tratar; proveyendo un testimonio o evidencia directa sobre el tema de investigación.

⁴ (G:\7 ELEMENTOS BÁSICOS EN METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS GestioPolis.htm)

En la información primaria se puede expresar en términos cualitativos y cuantitativos.

La diferencia entre éstas es la que los cualitativos proporcionan una gran cantidad de información valiosa, pero poseen un limitado grado de precisión, porque emplean términos cuyo significado varían para las diferentes personas, épocas y contextos por ser expresiones mediante símbolos verbales; mientras que los cuantitativos se utilizan para la exposición de los datos; provienen de un cálculo o medición. Se pueden medir las diferentes unidades, elementos o categorías identificables y se expresan mediante símbolos matemáticos y/o estadísticos.

Para ello en el proyecto para la creación del Campo Santo Privado se verán involucradas expresiones de este tipo de información tanto cualitativa como cuantitativamente; lo cual nos permitirán detallar cuestionarios de los requerimientos y las expectativas de los clientes ante el servicio que se pretende establecer.

LA ENCUESTA

“La encuesta es una técnica de recolección de información que consiste en la formulación de una serie de preguntas que deben responderlas sobre la base de un cuestionario, es la técnica cuantitativa más utilizada para la obtención de información primaria. La mayor parte de los estudios de mercado que se realizan actualmente utilizan la encuesta como técnica principal de investigación empleando otras técnicas para obtener información complementaria útil en el diseño metodológico y en el análisis de resultados de la encuesta.”⁵

⁵ www.elprisma.com

DISEÑO DEL CUESTIONARIO

El cuestionario tiene como objetivo la recopilación de datos, mediante una serie de preguntas, escritas y orales, que debe responder un entrevistado dándonos a conocer la demanda insatisfecha, aplicando datos tanto cuantitativa como cualitativamente de los servicios exequiales de Campo Santo Privado en la zona urbana de la ciudad Latacunga, para ello se ha considerado para que la información sea más específica aplicar una encuesta tipo administrativa.

ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO.

ENCUESTA

Objetivo: Determinar el nivel de aceptación para la creación de un Campo Santo Privado.

1. ¿Ha solicitado usted alguna vez los servicios fúnebres privados?

Si No

En donde (ponga el nombre).....

2. ¿En caso del inesperado fallecimiento de algún familiar, optaría usted, por el servicio de Campo Santo?

Si No

3. ¿Cuál sería para usted, el lugar óptimo para la ubicación de un Campo Santo Privado?

La Cocha

Las Betlhemitas

Rumipamba

San Martín

Locoa

Niágara

4. ¿Qué servicios le gustaría que tenga el Campo Santo Privado?

Planes de Previsión

Inhumación en parcelas

Cremación

Servicios adicionales exequiales

¿Cuáles?.....Especifique

5. ¿Escogería usted, el mencionado servicio de Campo Santo por qué razón?

Precio

Localización

Descuentos

Infraestructura

Otros

¿Cuáles?..... Especifique

6. ¿Cómo considera usted, los servicios existentes de las funerarias en la localidad?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

7. ¿Cree usted, que sería conveniente crear un Campo Santo en la ciudad de Latacunga, con los servicios ya mencionados?

Si

No

2.2.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA.

Son aquellas que reúnen información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas de gobierno, libros, datos de la propia empresa, revistas, censos, catálogo, etc; es decir una fuente secundaria nos ayudará a interpretar y analizar fuentes primarias estos datos a la vez pueden haber sido elaborados tanto por entidades privadas como públicas.

2.3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Los mercados se forman con compradores, los cuales difieren de una o más formas: en sus deseos, recursos, localización, actitudes de compra y prácticas de compra. A través de la segmentación de mercado, las empresas dividen mercados grandes y heterogéneos en segmentos más pequeños, para intentar llegar a ellos de manera más eficiente y efectiva con bienes y servicios que se ajusten mejor a sus necesidades únicas.⁶

Para ello es de vital importancia que para el proyecto se realicen una correcta segmentación de mercados eligiendo aquellos segmentos que cumplan los requisitos básicos (ser medibles, accesibles, sustanciales y diferenciales) de esta manera el presente proyecto gozará de los beneficios de una correcta segmentación de mercado, que va desde mejorar su imagen al mostrar congruencia con el concepto de mercadotecnia hasta ser más competitivos en el mercado meta.

⁶ (Marketing versión para Latinoamérica pág. 199 Philip Kotler, Gary Armstrong) décimo 1era edición).

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

Para nuestro universo poblacional hemos elegido la PEA de la ciudad de Latacunga, juntamente con el número de fallecidos suscitados a partir del año 2001, considerando el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), para ello se realizó una investigación tanto en las oficinas del INEC; como al igual de páginas web que revele datos y proyecciones afines de conocer nuestro segmento de mercado lo cual determinó los siguientes resultados:

CUADRO No 2.0.

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2001 – 2002

LOCALIDAD	HABITANTES
PEA NACIONAL	5.062.334
PEA COTOPAXI	138.023
PEA LATACUNGA ÁREA URBANA(DE 16 Y MÁS EDAD)	20.766

Fuente: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado: Jorge Morales

Para el estudio en cuestión se deberá realizar una investigación más específica concerniente al número de fallecidos de 16 años y más edad suscitado en un año del sector urbano de la ciudad de Latacunga, para ello se procederá a calcular la tasa de mortalidad por edad.

CUADRO No 2.1.
FALLECIMIENTOS DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA
CIUDAD DE LATACUNGA – 2001

LOCALIDAD	HABITANTES
PEA Latacunga área urbana de los fallecidos (de 16 y más edad)	762

Fuente: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado: Jorge Morales

TASA DE MORTALIDAD POR EDAD.- Pueden obtenerse tasas de mortalidad por edad para comparar la mortalidad de diferentes edades o un cambio en la mortalidad en la misma edad en el transcurso del tiempo. También pueden hacerse comparaciones entre países o zonas, puesto que la mortalidad varía grandemente según el sexo y la raza, con frecuencia, las tasas de mortalidad por edad se dan por separado para los hombres y las mujeres y para los distintos grupos raciales de una población.

$$TASA DE MORTALIDAD POR EDAD = \frac{\text{Muertes de personas}}{\text{PEA de 16 años y más edad}} = \frac{762}{20766} * 100 = 3,669$$

En la ciudad de Latacunga en el 2001, la tasa de mortalidad por edad para la PEA de 16 años y más edad fue de 3,669%, para ello consideraremos la tasa de mortalidad y la tasa de crecimiento para los años posteriores, como al igual la PEA de 16 años y más edad de la ciudad de Latacunga.

UNIDAD Y MARCO MUESTRAL.

Población económicamente activa fallecida del sector urbano de la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi de 16 años y más edad que están cumpliendo o que pueden cumplir funciones productivas tanto hombres como mujeres.

TAMAÑO DE LA MUESTRA.

Es la selección de un conjunto de individuos representativos de la totalidad del universo objeto de estudio, reunidos como una representación válida y de interés para la investigación de su comportamiento. Los criterios que se utilizan para la selección de muestras pretenden garantizar que el conjunto seleccionado represente con la máxima fidelidad a la totalidad de la que se ha extraído, así como hacer posible la medición de su grado de probabilidad.

La muestra tiene que estar protegida contra el riesgo de resultar sesgada, manipulada u orientada durante el proceso de selección, con la finalidad de proporcionar una base válida a la que se pueda aplicar la teoría de la distribución estadística.

Se distinguen varios tipos de muestras: la muestra simple, la muestra estratificada, la muestra por agrupamientos.⁷

El total de fallecidos de la población económicamente activa en el sector urbano de la ciudad de Latacunga, según datos del INEC del 2001 nos refleja que es de 762 habitantes fallecidos de los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

⁷ (Microsoft ® Encarta ® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.).

CUADRO No 2.2.

FALLECIMIENTOS DE LA PEA; POR GRUPOS PRINCIPALES DE OCUPACIÓN, DE 16 AÑOS Y MÁS EDAD.

RAMAS DE ACTIVIDAD	POBLACIÓN	PORCENTAJE%
TOTAL	762	100,00
Miembros poder ejecutivo.	20	2,62
Profesión científico. Intelect.	88	11,51
Técnicos y profesión nivel med.	25	3,24
Empleados de oficina.	70	9,19
Trabajador de los servicios.	137	17,94
Agricult. Trabaj. Calificad.	30	3,89
Oficiales, operarios y artesan.	127	16,73
Operadores de instal. y maquin.	73	9,62
Trabajador no calificad.	120	15,74
Fuerzas armadas.	20	2,61
No declarado.	47	6,12
Trabajador nuevo.	6	0,80

Fuente: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado: Jorge Morales

Para la determinación de la muestra consideramos lo siguiente: la PEA de la ciudad de Latacunga de 16 años y más edad lo cual mediante datos estimados por el INEC nos reflejó de 20.766 considerando desde el ultimo VI censo de la población y V de Vivienda 2001-julio 2002 procedemos a realizar la proyecciones pertinente para los años actuales; estableciendo con una tasa de crecimiento anual del 1,9% asumido en ese año del censo para la zona urbana de la ciudad de Latacunga, para ello también procederemos mediante

el número de fallecidos y su tasa de mortalidad y la tasa de crecimiento a calcular las proyecciones para el año 2008; de los cuales determinamos lo siguiente:

CUADRO No 2.3.

**EVOLUCIÓN DE LOS FALLECIMIENTOS DE LA POBLACIÓN
ECONÓMICAMENTE ACTIVA (ESTIMACIÓN):**

AÑO	PEA	TCA%	TMA%	# DE FALLECIDOS
2001	20766	1,9	3,7	762
2002	21161	1,9	3,7	776
2003	21563	1,9	3,7	791
2004	21973	1,9	3,7	806
2005	22390	1,9	3,7	821
2006	22815	1,9	3,7	837
2007	23248	1,9	3,7	853
2008	23690	1,9	3,7	869

Fuente: Inec Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado: Jorge Morales

En el cuadro No 2.3; nos revela las proyecciones realizadas al último censo del 2001 empezando con una población de fallecidos de 762 de la PEA urbana de Latacunga de 16 y más edad considerada por el INEC en ese año del censo, para ello hemos estimado para los años actuales dándonos como referencia nuestro mercado objetivo de 869 que esto a su vez fue considerado con una tasa de crecimiento del 1.9%, y una tasa de mortalidad del 3,669%.

Antes de determinar el tamaño de la muestra se determinó una muestra piloto realizada a 30 personas en la zona urbana de la ciudad de Latacunga; tomando en cuenta a la siguiente pregunta filtro.

¿Cree usted, que sería conveniente crear un Campo Santo Privado en la ciudad de Latacunga?

Si

No

Las encuestas determinaron el siguiente sondeo de mercado:

Respuestas afirmativas = 28 que representa el 93,33%

Respuestas negativas = 2 que representa el 6,67%

Esta a su vez determinado con un error permitido del 5% y un nivel de confianza con el que se desea el error del 95%; definido estos factores para el cálculo de la muestra procederemos al cálculo del tamaño de la muestra:

Fórmula del cálculo.

$$n = \frac{Z^2 * N * pq}{\frac{e^2}{4} (N - 1) + Z^2 * pq}$$

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo. **869**

P = Probabilidad de evento favorable. **93,33%**

Q = Probabilidad de evento no favorable. **6,667%**

Z = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido **1,96% 95%**

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

Realización del cálculo de la muestra.

$$n = \frac{z^2 * N * pq}{\frac{e^2}{4} (N - 1) + z^2 * pq}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 869 * 0.933 * 0.0667}{\frac{0.05^2}{4} (869 - 1) + 1.96^2 * 0.9333 * 0.0667}$$

$$n = \frac{207,816018}{0,78164386}$$

$$n = 265,870465$$

$$n = 266$$

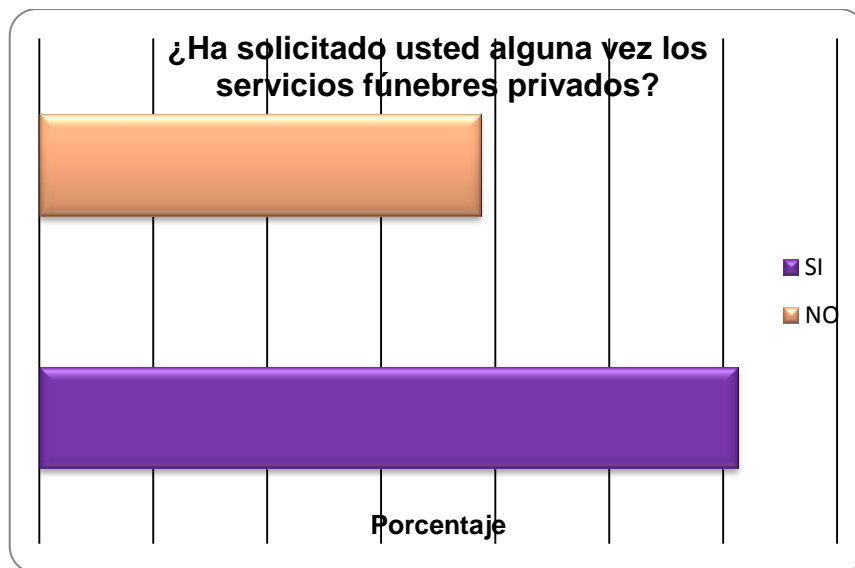
RESULTADOS DEL SPSS E INTERPRETACIÓN.

¿Ha solicitado usted alguna vez los servicios fúnebres privados?

CUADRO Nº 2.4.

		Frecuencia	Porcentaje %
Validos	SI	163	61,28
	NO	103	38,72
	Total	266	100,00

GRÁFICO Nº 2.0.



Fuente: Análisis del Estudio de Mercado(SPSS)

Elaborado: Jorge Morales

Interpretación:

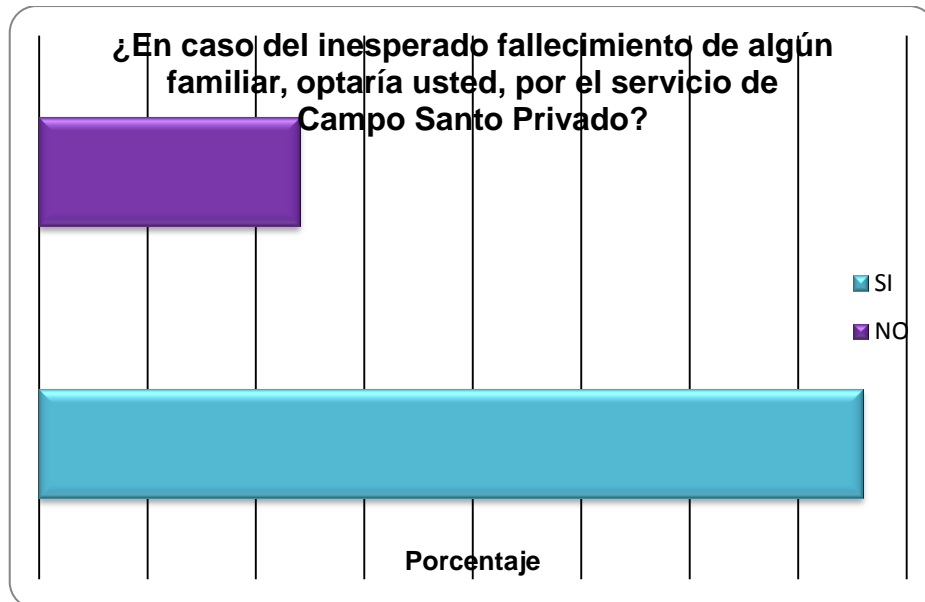
Se observa en esta primera pregunta que el 61,28% de la población encuestada ha utilizado o contratado alguna vez los servicios fúnebres privados, mientras que el 38,72% del restante de la población nunca ha contratado este servicio, por lo que desconoce de los productos o servicios que un Campo Santo ofrecería.

¿En caso del inesperado fallecimiento de algún familiar, optaría usted, por el servicio de Campo Santo Privado?

CUADRO Nº 2.5.

		Frecuencia	Porcentaje %
Valido	SI	202	75,94
	NO	64	24,06
	Total	266	100,00

GRÁFICO Nº 2.1.



Fuente: Análisis del Estudio de Mercado(SPSS)

Elaborado: Jorge Morales

Interpretación:

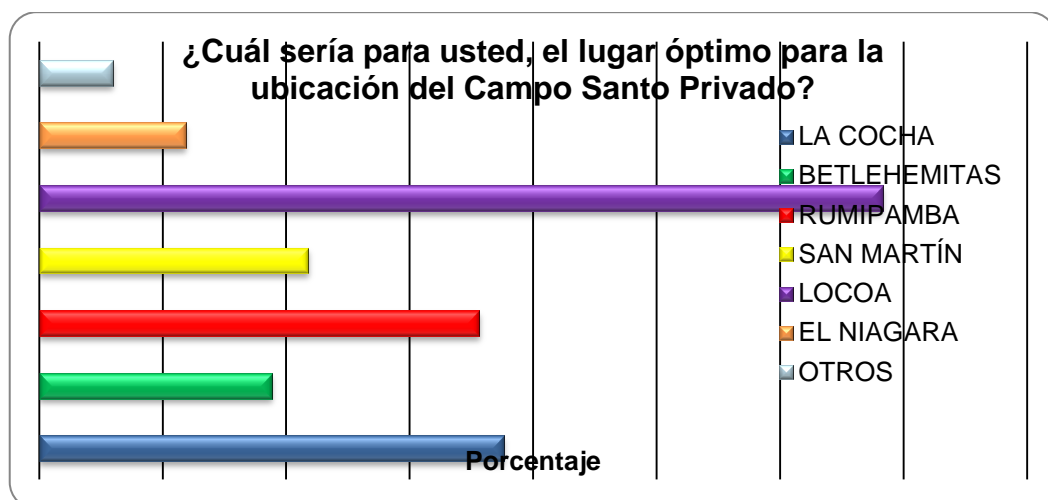
La segunda pregunta arroja como resultados que el 75,94% de la población encuestada si optaría en la creación de un Campo Santo Privado por lo que se demuestra la factibilidad del proyecto, mientras que el 24,06% manifiesta que no se encuentra interesada.

¿Cuál sería para usted, el lugar óptimo para la ubicación de un Campo Santo Privado?

CUADRO Nº 2.6.

		Frecuencia	Porcentaje %
Valido	LA COCHA	38	18,81
	BETLEHEMITAS	19	9,41
	RUMIPAMBA	36	17,82
	SAN MARTÍN	22	10,89
	LOCOA	69	34,16
	EL NIAGARA	12	5,94
	OTROS	6	2,97
	Total	202	100,00

GRÁFICO Nº 2.2.



Fuente: Análisis del Estudio de Mercado(SPSS)

Elaborado: Jorge Morales

Interpretación:

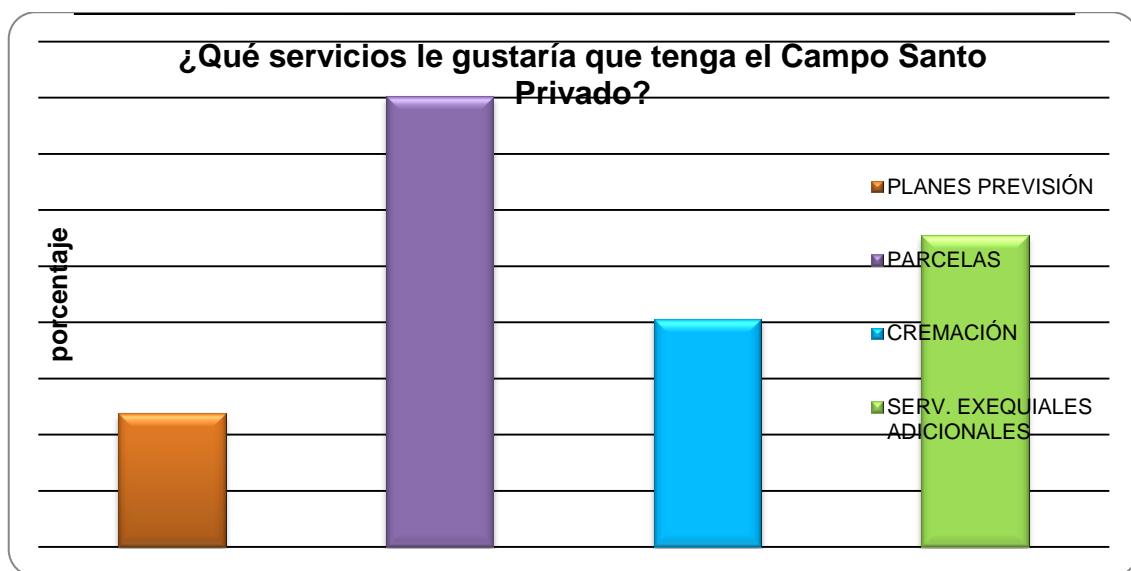
De las siete opciones que se presentaron en esta pregunta se interpreta que los sectores que mayor aceptación tuvieron para la ubicación del Campo Santo Privado son el sector de Locoá con un 34,16%, la Cocha con un 18,81%, Rumipamba con 17,82%; siendo los de menor porcentaje los sectores de San Martín con 10,89%, Betleheimitas con 9,41%, el Niágara con el 5,94%, y otros con 2,97%, este último representando un porcentaje de desconocimiento mínimo con relación a la opción citada de la propuesta para la construcción en la ciudad de Latacunga específicamente en el sector de Locoá al cuál en el proyecto nos enfocaremos con más presencia, para la infraestructura de nuestro Campo Santo Privado.

¿Qué servicios le gustaría que tenga el Campo Santo Privado?

CUADRO Nº 2.7.

		Frecuencia	Porcentaje %
Validos	PLANES PREVISIÓN	24	11,88
	PARCELAS	81	40,10
	CREMACIÓN	41	20,30
	SERV. EXEQUIALES ADICIONALES	56	27,72
	Total	202	100,00

GRÁFICO Nº 2.3.



Fuente: Análisis del Estudio de Mercado(SPSS)

Elaborado: Jorge Morales

Interpretación:

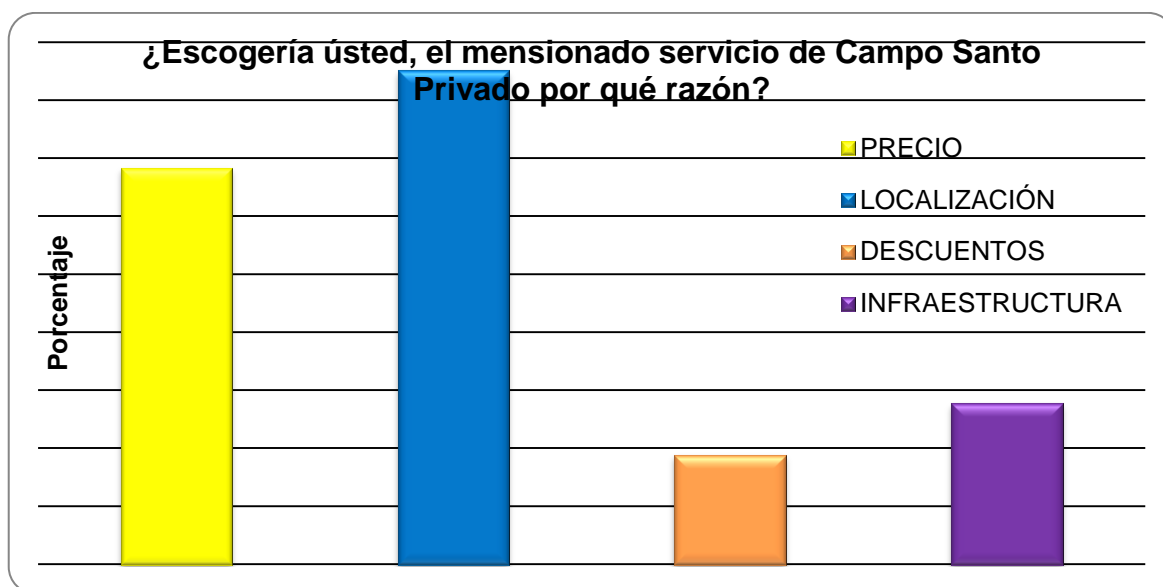
Los servicios que mayor porcentaje de acuerdo a la preferencia de los servicios que le gustaría a las personas que existiese en el Campo Santo Privado, y que mayor preferencia tiene es el de la inhumación en parcelas con un porcentaje de 40,10%, seguida por los servicios exequiales adicionales que entran y son considerados como complemento antes de la entrega de la ceniza, o sepultamiento en las parcelas con un 27,72%, la cremación con un porcentaje promedio representativo de 20,30% demostrando así que el cambio de cultura por la preferencia de la cremación va cambiando; siendo a la vez aceptado, y los planes de previsión con un enfoque del 11,88%; lo cual refleja que las personas si estarían dispuestas a la adquisición de un servicio exequial con previsión.

¿Escogería usted, el mencionado servicio de Campo Santo Privado por qué razón?

CUADRO Nº 2.8.

		Frecuencia	Porcentaje
Valido	PRECIO	69	34,16
	LOCALIZACIÓN	86	42,57
	DESCUENTOS	19	9,41
	INFRAESTRUCTURA	28	13,86
	Total	202	100,00

GRÁFICO Nº 2.4.



Fuente: Análisis del Estudio de Mercado(SPSS)

Elaborado: Jorge Morales

Interpretación:

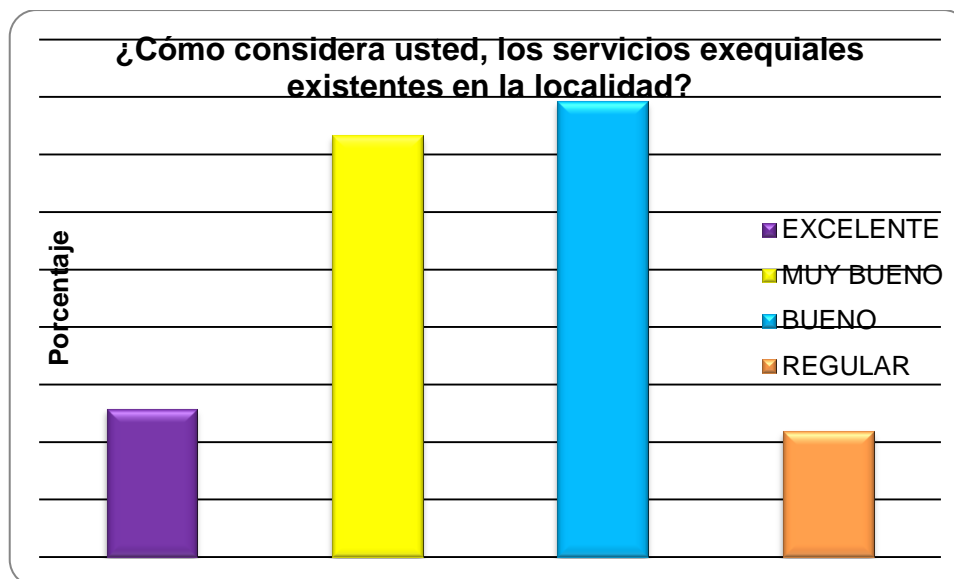
En la pregunta 6, la localización es el aspecto más relevante en el momento de determinar cuál sería la razón principal para elegir el servicio ya que tiene un porcentaje del 42,57% sobre las demás opciones como el precio con el 34,16%, la infraestructura con el 13,86%, y descuentos con el 9,41%.

¿Cómo considera usted, los servicios exequiales existentes en la localidad?

CUADRO Nº 2.9.

		Frecuencia	Porcentaje
Valido	EXCELENTE	26	12,87
	MUY BUENO	74	36,63
	BUENO	80	39,60
	REGULAR	22	10,89
	Total	202	100,00

GRÁFICO Nº 2.5.



Fuente: Análisis del Estudio de Mercado(SPSS)

Elaborado: Jorge Morales

Interpretación:

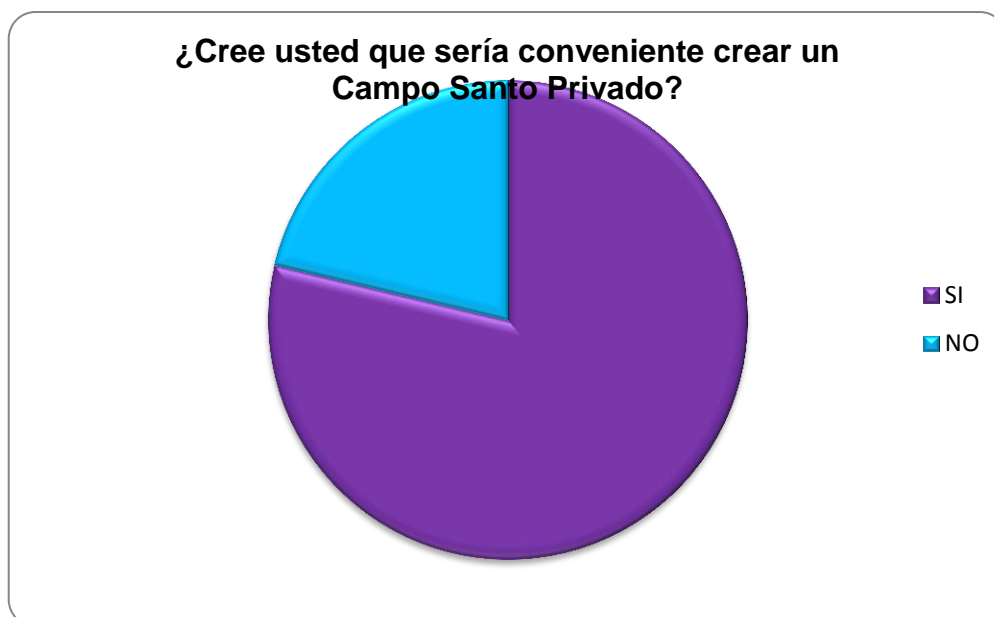
Según la encuesta se pudo determinar que los servicios exequiales que existen en la ciudad de Latacunga, se encuentran en un nivel medio, ya que el 39,60% considera que el servicio es bueno, el 36,63% que es muy bueno, un 12,8% que es excelente, mientras que un 10,66% cree que el servicio de funerarias es regular.

¿Cree usted que sería conveniente crear un Campo Santo Privado en la ciudad de Latacunga, con los servicios ya mencionados?

CUADRO N° 2.10.

		Frecuencia	Porcentaje %
Valido	SI	159	78,71
	NO	43	21,29
	Total	202	100,00

GRÁFICO N° 2.6.



Fuente: Análisis del Estudio de Mercado(SPSS)

Elaborado: Jorge Morales

Interpretación:

Esta pregunta ratifica una vez más la factibilidad del proyecto de creación de un Campo Santo Privado, ya que el 78,71% de la población encuestada afirma que si sería conveniente, mientras que tan solo el 21,29% afirma que no sería factible.

2.3.1. PROCESO DE SEGMENTACIÓN

Cabe señalar que no existe una forma única de segmentar un mercado ya que para un mejor conocimiento de la estructura es el de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos. Estos segmentos son grupos homogéneos; siendo la esencia de este estudio el conocimiento de nuestros reales consumidores; determinando a su vez necesidades y deseos iguales, que en nuestro caso se enfocará a los fallecidos de la población económicamente activa de 16 años y más edad de la ciudad de Latacunga tanto medio y medio alto siendo considerados los mismos por el INEC sectores económicos distribuidos por sectores tanto primario, secundario y terciario.⁸

2.3.2. VARIABLES DE SEGMENTACIÓN.

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA.

Implica dividir el mercado en distintas unidades geográficas como por ejemplo países, regiones, estados, municipios, ciudades e incluso vecindarios enfatizando en las perspectivas de las necesidades y los deseos de los consumidores.

⁸ (La "Enciclopedia y Biblioteca de Economía EMVI" y WIKIMEDIA RESUMEN)

CUADRO No 2.11.

FALLECIDOS DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (ESTIMACIÓN 2008)

LOCALIDAD	POBLACIÓN
Fallecidos de la PEA urbana de Latacunga (16 años y más Edad)	869

Fuente: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y censos

Elaborado: Jorge Morales

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA.

Se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están: la edad, sexo, el ingreso, tamaño de familia, ciclo de vida familiar, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad.

CUADRO N° 2.12.

FALLECIDOS DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, POR ESTRUCTURAS PORCENTUALES SEGÚN EDAD, PARA EL AÑO 2008.

EDAD	PORCENTAJE (%)		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
	54,59	45,41	100,00
DE 15 A 49 AÑOS	16,01	7,35	23,36
DE 50 A 64 AÑOS	8,53	5,38	13,91
DE 65 AÑOS Y MÁS	30,05	32,68	62,73

Fuente: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y censos

Elaborado: Jorge Morales

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA.

División de los consumidores en diferentes grupos con base en la clase social, el estilo de vida o las características de personalidad.⁹

CUADRO No 2.13.

⁹(Marketing versión para Latinoamérica pág. 203 Philip Kotler, Gary Armstrong) décimo 1era edición).

**FALLECIDOS DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA MAYOR DE 16 Y
AÑOS DE EDAD POR ESTRUCTURAS PORCENTUALES SEGÚN RAMA DE
ACTIVIDAD ECONOMICA; AÑO 2008.**

RAMAS DE ACTIVIDAD	POBLACIÓN
TOTAL	869
Miembros poder ejecutivo.	23
Profesión científico. Intelect.	100
Técnicos y profesión nivel med.	28
Empleados de oficina.	80
Trabajador de los servicios.	150
Agricult. Trabaj. Calificad.	34
Oficiales, operarios y artesan.	145
Operadores de instal. y maquin.	84
Trabajador no calificad.	137
Fuerzas armadas.	23
No declarado.	53
Trabajador nuevo.	7

Fuente: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y censos

Elaborado: Jorge Morales

CUADRO N° 2.14.

Opción de la PEA de 16 años y más edad mayor de la ciudad de Latacunga por la preferencia de Campo Santo Privado.

		Frecuencia	Porcentaje
			%
Valido	SI	202	75,94
	NO	64	24,06
	Total	266	100,00

Fuente: Análisis del Estudio de Mercado(SPSS)

Elaborado: Jorge Morales

CUADRO N° 2.15

Predisposición de la PEA de 16 años y más edad por los servicios exequiales deseables.

		Frecuencia	Porcentaje
			%
Validos	PLANES PREVISIÓN	24	11,88
	PARCELAS	81	40,10
	CREMACIÓN	41	20,30
	SERV. EXEQUIALES ADICIONALES	56	27,72
	Total	202	100,00

Fuente: Análisis del Estudio de Mercado(SPSS)

Elaborado: Jorge Morales

CUADRO N° 2.16

Predisposición de la PEA de 16 años y más edad mayor, para que se cree el Campo Santo Privado en la ciudad de Latacunga.

		Frecuencia	Porcentaje
			%
Valido	SI	159	78,71
	NO	43	21,29
	Total	202	100,00

Fuente: Análisis del Estudio de Mercado(SPSS)

Elaborado: Jorge Morales

2.3.3. PERFIL DEL MERCADO OBJETIVO

El 78,71% de la Población Económicamente Activa de 16 años y más edad de la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi, hombres y mujeres, que en algún momento optarían por la utilización del Campo Santo Privado con cada uno de los servicios exequiales privados expuestos anteriormente.

2.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. Tienen como propósito determinar la posibilidad de participación del producto en la satisfacción de dicha demanda.¹⁰

¹⁰ Gabriel Baca Urbina, “Evaluación de Proyectos”, editorial Mc Graw Hill, cuarta edición, México, DF, (copia) página 17.

2.4.1. DEMANDA HISTÓRICA

CUADRO N° 2.17

DEMANDA HISTÓRICA DE LA PEA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

AÑOS	PEA	TCA	TMA %	PEA FALLECIMIENTOS	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN PARA LA APERTURA DEL CAMPO SANTO PRIVADO	HABITANTES
2001	20766	1,9	3,669	762	78,71	600
2002	21161	1,9	3,669	776	78,71	619
2003	21563	1,9	3,669	791	78,71	631
2004	21973	1,9	3,669	806	78,71	643
2005	22390	1,9	3,669	821	78,71	655
2006	22815	1,9	3,669	837	78,71	667
2007	23248	1,9	3,669	853	78,71	680

Fuente: Análisis Estudio de Mercado(SPPS)

Elaborado: Jorge Morales

2.4.2. DEMANDA ACTUAL

CUADRO N° 2.18

DEMANDA ACTUAL DE LA PEA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

AÑOS	PEA	TCA	TMA %	PEA FALLECIMIENTOS	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN PARA LA APERTURA DEL CAMPO SANTO PRIVADO	HABITANTES
2008	23690	1,9	3,669	869	78,71	684

Fuente: Análisis Estudio de Mercado(SPPS)

Elaborado: Jorge Morales

2.4.3. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

CUADRO N° 2.19

PRONÓSTICO DE LA DEMANDA DE LA PEA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

AÑOS	PEA	TCA	TMA %	PEA FALLECIMIENTOS	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN PARA LA APERTURA DEL CAMPO SANTO PRIVADO	HABITANTES
2008	23690	1,9	3,669	869	78,71	684
2009	24140	1,9	3,669	886	78,71	697
2010	24599	1,9	3,669	903	78,71	710
2011	25066	1,9	3,669	920	78,71	724
2012	25542	1,9	3,669	937	78,71	738

Fuente: Análisis Estudio de Mercado(SPPS)

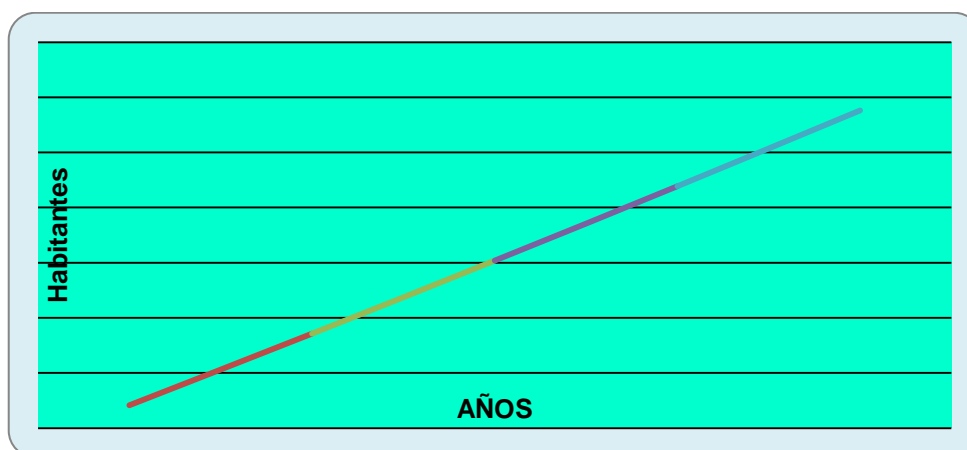
Elaborado: Jorge Morales

En los cuadros N° 2.17, N° 2.18, N° 2.19; tanto de la demanda histórica, actual, y su futura proyección muestran la respuesta de las PEA de 16 años y más edad que considera la aceptación de que si sería conveniente la creación del Campo Santo Privado a proponerse para la creación en la ciudad de Latacunga, para ello se consideró la PEA de 16 años y más edad, considerando una tasa de mortalidad de

3,669%, lo cual nos da el número de fallecimientos anual, como a la vez la tasa de crecimiento, y el porcentaje de que si sería conveniente la creación del Campo Santo Privado proporcionado por las encuestas realizadas siendo este porcentaje del 78,71% .(pág.38).

GRÁFICO Nº 2.7.

PRONÓSTICO DE LA DEMANDA DE LA PEA DE 16 AÑOS Y MÁS EDAD EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, EN NÚMERO DE HABITANTES.

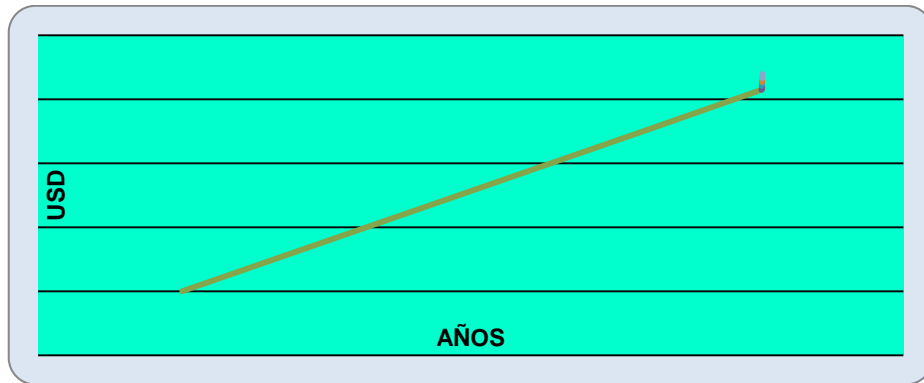


Fuente: Análisis Estudio de Mercado(SPPS)

Elaborado: Jorge Morales

GRÁFICO Nº 2.8.

PRONÓSTICO DE LA DEMANDA DE LA PEA DE 16 AÑOS Y MÁS EDAD EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, EN USD, SERVICIO PARCELAS.

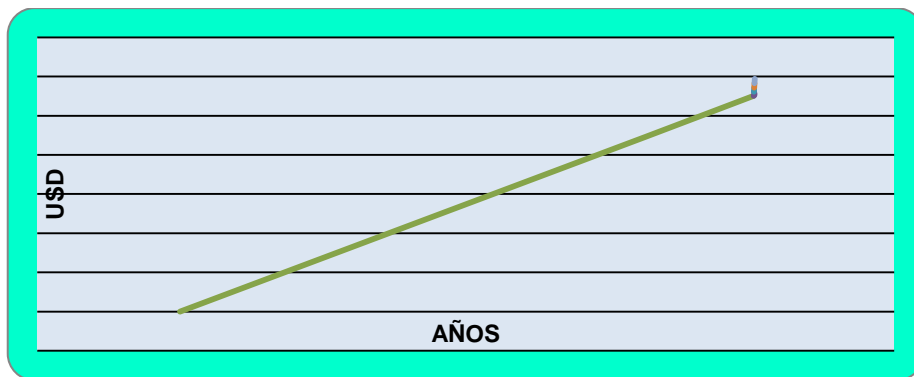


Fuente: Análisis Estudio de Mercado(SPPS)

Elaborado: Jorge Morales

GRÁFICO N° 2.9.

PRONÓSTICO DE LA DEMANDA DE LA PEA DE 16 AÑOS Y MÁS EDAD EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, EN USD, SERVICIO CREMACIÓN.



Fuente: Análisis Estudio de Mercado(SPPS)

Elaborado: Jorge Morales

2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición de mercado a un precio determinado.¹¹

La oferta se establecerá de acuerdo a los datos proporcionados por las proyecciones de la PEA de 16 años y más edad, para ello se establecerá con una tasa de crecimiento del 1,9% y una tasa de mortalidad de 3,669% para conocer el número de fallecimientos para el año actual y años posteriores, finiquitando con el porcentaje de las personas que han solicitado servicios fúnebres privados y que mediante las encuestas establecidas nos refleja un porcentaje de 61,28% que han asistido o adquirido servicios exequiales privados conociendo de esta manera la oferta histórica, actual y futura del proyecto para el 2008 y futuros años de la ciudad de Latacunga.

2.5.1. OFERTA HISTÓRICA

CUADRO N° 2.20.

¹¹ Gabriel Baca Urbina, “Evaluación de Proyectos”, editorial Mc Graw Hill, cuarta edición, México, DF, (copia) página 43.

**OFERTA HISTÓRICA DE LA PEA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE
LATACUNGA.**

AÑOS	PEA	TCA	TMA %	PEA FALLECIMIENTOS	PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN SOLICITADO LOS SERVICIOS EXEQUIALES PRIVADOS	HABITANTES
2001	20766	1,9	3,669	762	61,28	467
2002	21161	1,9	3,669	776	61,28	476
2003	21563	1,9	3,669	791	61,28	485
2004	21973	1,9	3,669	806	61,28	494
2005	22390	1,9	3,669	821	61,28	503
2006	22815	1,9	3,669	837	61,28	513
2007	23248	1,9	3,669	853	61,28	523

Fuente: Análisis Estudio de Mercado(SPPS)

Elaborado: Jorge Morales

2.5.2. OFERTA ACTUAL

CUADRO N° 2.21.

**OFERTA ACTUAL DE LA PEA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE
LATACUNGA.**

AÑOS	PEA	TCA	TMA %	PEA FALLECIMIENTOS	PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN SOLICITADO SERVICIOS EXEQUIALES PRIVADOS.	HABITANTES
2008	23690	1,9	3,669	869	61,28	533

Fuente: Análisis Estudio de Mercado(SPPS)

Elaborado: Jorge Morales

2.5.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

CUADRO N° 2.22.

**PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE LA PEA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD
DE LATACUNGA.**

AÑOS	PEA	TCA	TMA %	PEA FALLECIMIENTOS	PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN SOLICITADO SERVICIOS EXEQUIALES PRIVADOS.	HABITANTES
2008	23690	1,9	3,669	869	61,28	533
2009	24140	1,9	3,669	886	61,28	543
2010	24599	1,9	3,669	903	61,28	553
2011	25066	1,9	3,669	920	61,28	564
2012	25542	1,9	3,669	937	61,28	574

Fuente: Análisis Estudio de Mercado(SPPS)

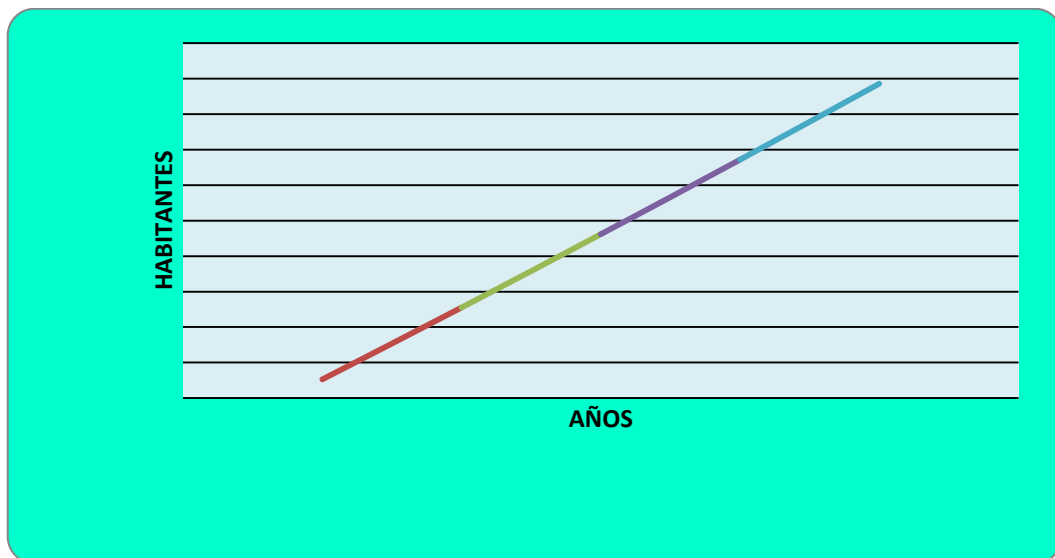
Elaborado: Jorge Morales

En los cuadros N° 2.20, N° 2.21, N° 2.22; tanto de la oferta histórica, actual y proyectada representan las personas que han asistido o han solicitado alguna vez servicios exequiales privados, para la oferta en cuestión se consideró la

PEA de 16 años y más edad, la tasa crecimiento del 1,9%, la tasa de mortalidad del 3,699% haciéndonos referencia a los posibles clientes reales y potenciales considerados para el Campo Santo Privado actual y futura. (Pág. 26, 27).

GRÁFICO N° 2.10.

PRONÓSTICO DE LA OFERTA DE LA PEA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE LATAACUNGA, EN NÚMERO DE HABITANTES

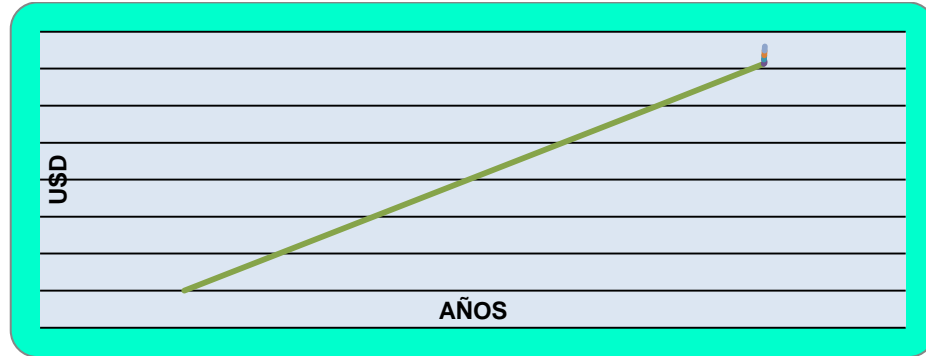


Fuente: Análisis Estudio de Mercado(SPPS)

Elaborado: Jorge Morales

GRÁFICO N° 2.11.

PRONÓSTICO DE LA OFERTA DE LA PEA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, EN USD, SERVICIO PARCELAS.

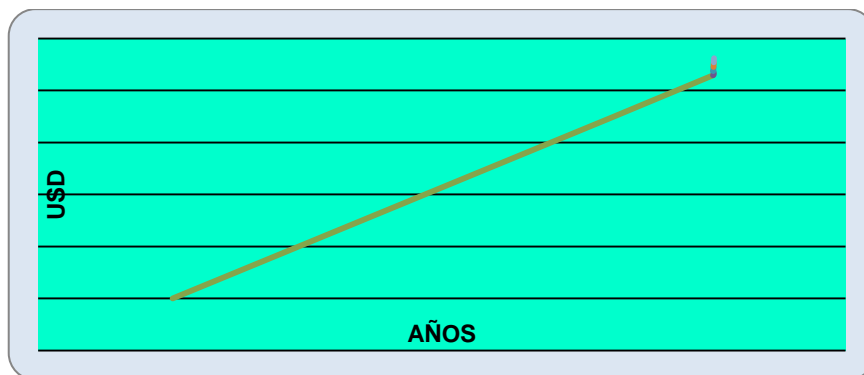


Fuente: Análisis Estudio de Mercado(SPPS)

Elaborado: Jorge Morales

GRÁFICO N° 2.12.

PRONÓSTICO DE LA OFERTA DE LA PEA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, EN USD, SERVICIO CREMACIÓN.



Fuente: Análisis Estudio de Mercado(SPPS)

Elaborado: Jorge Morales

2.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA

CUADRO N° 2.23.

ÍNDICE DE LA DEMANDA INSATISFECHA DE LA PEA EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA EN NÚMERO DE HABITANTES
2008	684	533	151
2009	697	543	154
2010	710	553	157
2011	724	564	160
2012	738	574	164

Fuente: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado: Jorge Morales

El cuadro N° 2.23; representa la proyección de la oferta y de la demanda considerando a la vez a las personas que requiere la construcción de un Campo Santo Privado, y de aquellas personas que han solicitado servicios exequiales privados; para ello hemos determinado que al no existir un Campo Santo Privado en la localidad con todos los servicios exequiales privados que amerita este servicio, se concierne que la oferta será igual a 0, de tal manera se asumirá el total de la demanda como insatisfecha, para referencia del proyecto en cuestión se asumió la oferta que se ofrece en ciudades cercanas al proyecto; conjuntamente con la PEA para la determinar la construcción del Campo Santo Privado.

2.7. ANÁLISIS DE PRECIOS

Para la determinación de precios hemos considerado planes VIP a los cuales nos vamos a referir en nuestro proyecto, para ello hemos tomado como referencia la prestigiosa y nombrada organización de la Sociedad Funeraria Nacional la cual pone a disposición sus tres Campos Santos Privados como son el cementerio patrimonial San Diego, Colinas de Paz parque cementerio, y el cementerio privado de El Batán lo cual son muy reconocidos en la ciudad de Quito ya que se han ido desarrollando como empresas especializadas en la otorgación de los servicios exequiales; los cuales nos reflejan precios para la inhumación de 2.300 en parcelas y 1.610 dólares para cremación incluido a su vez a este precio los servicios exquiales que pueden bordear desde los 420 y 600 dólares.

Siendo así que realizando un análisis minucioso con lo que se refiere a los precios consideramos los siguientes precios tanto para la cremación y la inhumación en tierra en la cual va incluido los servicios exequiales y el producto; cabe mencionar que para considerar los precios para nuestro Campo Santo Privado hemos considerado los cementerios privados de la Sociedad Financiera Nacional por la cercanía a nuestra localidad y por representar mayor presencia de competitividad cercana a la nuestra.

CUADRO Nº 2.24

PRECIO PROMEDIO DEL SERVICIO EXEQUIAL

INHUMACIÓN	\$ 2.300
CREMACIÓN	\$ 1.610

FUENTE: Análisis del Estudio de Mercado (SPSS)

ELABORADO: Jorge Morales

La determinación de los precios anteriormente son referencia a lo que en la actualidad se paga por los productos y servicios exequiales, estableciendo los precios de los cementerios privados cercanos a la provincia; por tal motivo se consideró que la PEA de 16 años y más edad pagará un precio tanto para el

producto y los servicios exequiales en lo que se refiere a la inhumación de \$2300, y de cremación de \$1610.

En tal virtud consideramos que los precios en cuestión son competitivos y accesible para el potencial del cliente; por tal motivo el precio es adecuado para nuestra puesta en marcha del proyecto y los requerimientos de nuestra organización, y más aún existiendo planes de financiamiento que se realiza en este tipo de organizaciones que pueden ser financiados de 6 meses, 18 meses, 24 meses hasta los 3 años; según el plan de previsión o compra que estimen nuestros clientes.

3. CAPÍTULO III

3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

3.1.1. OBJETIVO GENERAL

Estructurar el estudio técnico para definir el tamaño y localización de las instalaciones, materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, plan de manufactura, inversión requerida, forma en que se organizará la empresa y costos de inversión y operación; dando a conocer un análisis del proceso de producción de un bien o la prestación de un servicio.

3.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el tamaño del proyecto con el fin de establecer el monto de las inversiones y el nivel de operación.
- Establecer la ubicación más conveniente para el proyecto tomando en cuenta todos los factores sensitivos que influyen de algún modo sobre la decisión.
- Establecer una adecuada ingeniería del proyecto a través de los requerimientos y optimizaciones en el proceso productivo.
- Determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente.

3.2. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico o de la ingeniería del proyecto que se hace dentro de la viabilidad económica es netamente financiero; es decir calcula los

costos, las inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente.

Para esto se deberán examinar detenidamente las opciones tecnológicas posibles de implementar, así como sus efectos sobre las futuras inversiones, costos y beneficios; cabe mencionar que el resultado de este estudio puede tener mayor incidencia que cualquier otro en la magnitud de los valores que se incluirán para la evaluación.

3.3. TAMAÑO DEL PROYECTO

Entre más grande es el proyecto, mayor es la susceptibilidad al riesgo.

Los proyectos más grandes presentan mayores dificultades en la definición del alcance y en su logro. Los proyectos pequeños son más tangibles y más fáciles de predecir cuanto tiempo toma completarlos.

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

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

Para el tamaño supeditado a maximizar la rentabilidad del proyecto se considerará lo siguiente:

- ✓ Tamaño en proporción al mercado.
- ✓ Tamaño en función a la capacidad de inversión.

✓ Tamaño en función a la tecnología .¹²

Por tal motivo con los datos proporcionados de la demanda insatisfecha y al no tener los servicios exequiales privados y que tanta falta hace en la localidad nos propondremos a asumir y responder con la atención debida al 100% de la demanda insatisfecha de la población económicamente activa de 16 años y más edad que cree conveniente la creación y la apertura de un Campo Santo Privado en la ciudad de Latacunga con los servicios que en la actualidad se están desarrollando en el sector funerario de los cuales para los productos y servicios exequiales se distribuirán de la siguiente manera 66% inhumación, y 34% cremación cifras reveladas de acuerdo a la investigaciones directas realizadas tanto en las encuestas como al igual a los cementerios cercanos a la provincia.

3.3.1. FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjuga para la definición del tamaño, la demanda esperada, la disponibilidad de insumos, la localización del proyecto; considerando a la vez las expectativas de la demanda y su crecimiento en el futuro; los cuales nos determinarán establecer la infraestructura del proyecto.¹³

3.3.1.1 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

¹² LOPEZ ALTAMIRANO, Alfredo. ¿Qué son, para qué sirven y cómo se hacen las Investigaciones de Mercado? Editorial CECSA. Primera Edición. Méjico 2001, Pág. 14

¹³ (Proyecto de inversión. Formulación y evaluación.pág.105)

Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo; es claro que la realización del proyecto es imposible. De ahí que como mencionamos anteriormente por considerarse un proyecto en la cual se necesitarán varios recursos por su magnitud en todas sus áreas para su puesta en marcha es necesario que se adquiera recursos propios y ajenos los cuales nos van a servir para cubrir los diversos costos; logrando a su vez obtener rendimientos económicos; de ahí que se deberá escoger la financiación con prudencia aquellos que mayor comodidad y seguridad nos ofrezcan.

3.3.1.2 DISPONIBILIDAD DE TECNOLOGÍA

En búsqueda de la optimización de los procesos y en vista de las nuevas exigencias, que nos dan la pauta para ser más competitivos hoy en la actualidad observamos que el sector de los servicios exequiales se ha ido desarrollando; es así que deberemos tener una tecnología de punta que nos diferencien de los antiguos métodos en este tipo de servicio, lo cual nos permitirán obtener ventajas como: la rapidez en el servicio, la comodidad, la atención de calidad, logrando de esta forma optimizar los procesos eficientemente.

Algunos componentes a considerar para los servicios exequiales:

- Un adecuado horno crematorio bajo los más altos estándares tecnológicos con cunetas de dos cámaras construidas con material refractario.
- La de incineración que crema los cuerpos a temperaturas de 750 grados Celsius, y la de post-combustión o antipulación que trabaja con temperaturas de 900 grados Celsius. Compuestos por 2 cámaras, la de

proceso (también llamada de combustión), cada una con su quemador. En la cámara de poscombustión se queman los humos y olores provenientes de la primera cámara.

- Cámaras DSC-5300 tanto para el control de la seguridad, como para las transmisiones emitidas por internet.
- Un procesador de restos calcinados PRC # 3, de reciente diseño, asegura la reducción de los restos a un volumen para su guarda en urna; la pulverización de los restos óseos que por su alta densidad no llegan a reducirse adecuadamente en el horno, tales como calcificaciones, nudillos, articulaciones, etc., se lleva a cabo en menos de 1 minuto, controlado por un temporizador manual.

3.3.1.3. DISPONIBILIDAD DEL ESPACIO FÍSICO

Para el proyecto en cuestión se pretende contar con la acogida de la Ilustre Municipalidad de Latacunga, y su previa autorización de construcción registrada a su vez en el registro de la propiedad en el sector previamente establecido por las encuestas que prefiere la construcción en el sector de Locoá; la misma que está ubicada en el sector noroeste de la ciudad de Latacunga; para ello se consideró una dimensión de 5 hectáreas de terreno para la construcción.

3.3.2. TAMAÑO EN PROPORCIÓN AL MERCADO

El mercado es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño del proyecto; de ahí que el principal enfoque a considerar es la cantidad de personas que estaríamos dispuestos asumir en nuestro proyecto.

Partiendo de los datos proporcionados por las encuestas y la futura demanda insatisfecha proporcionada por la misma nos permitirá definir el adecuado tamaño del proyecto.

CUADRO Nº 3.0.

**DEMANDA INSATISFECHA;
QUE SOLICITA LA CREACIÓN DE UN CAMPO SANTO; PRODUCTO
INHUMACIÓN.**

HABITANTES	PARTICIPACIÓN ANUAL	PARTICIPACIÓN ANUAL #	PRECIO PROMEDIO	INGRESO ANUAL
-------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------	--------------------------

(ANUAL)	(%)	HABITANTES	ANUAL (USD)	(USD)
2008				
151	66%	100	2300	230000
2009				
154	66%	102	2300	234600
2010				
157	66%	104	2300	239200
2011				
160	66%	106	2300	243800
2012				
164	66%	108	2300	248400

FUENTE: Análisis del Estudio de Mercado (SPSS)

ELABORADO: Jorge Morales

CUADRO Nº 3.1.

**DEMANDA INSATISFECHA;
QUE SOLICITA LA CREACIÓN DE UN CAMPO SANTO; SERVICIO CREMACIÓN.**

HABITANTES (ANUAL)	PARTICIPACIÓN ANUAL (%)	PARTICIPACIÓN ANUAL # HABITANTES	PRECIO PROMEDIO ANUAL (USD)	INGRESO ANUAL (USD)
--------------------	-------------------------	----------------------------------	-----------------------------	---------------------

2008				
151	34%	51	1610	82110
2009				
154	34%	52	1610	83720
2010				
157	34%	53	1610	85330
2011				
160	34%	54	1610	86940
2012				
164	34%	56	1610	90160

FUENTE: Análisis del Estudio de Mercado (SPSS)

ELABORADO: Jorge Morales

CUADRO Nº 3.2.

**DEMANDA INSATISFECHA;
QUE SOLICITA LA CREACIÓN DE UN CAMPO SANTO; PRODUCTO
INHUMACIÓN Y CREMACIÓN.**

INGRESO DE LA PARTICIPACIÓN ANUAL	INGRESO DE LA PARTICIPACIÓN ANUAL	INGRESO ANUAL TOTAL
--	--	------------------------------------

(PARCELAS)USD	(CREMACIÓN)USD	USD
2008		
230000	82110	312110
2009		
234600	83720	318320
2010		
239200	85330	324530
2011		
243800	86940	330740
2012		
248400	90160	338560

FUENTE: Análisis del Estudio de Mercado(SPSS)

ELABORADO: Jorge Morales

En los cuadros N° 3.0, N° 3.1, N° 3.2; mencionados anteriormente se puede observar a la PEA de 16 y más edad en los años venideros; y reflejados ante un precio del servicio tanto para la inhumación en parcelas, como para la cremación; se puede reflejar el ingreso anual que tendrá el presente proyecto tanto actual como en un futuro; a su vez se puede observar los posibles clientes potenciales que mediante las encuestas realizadas son accesibles para la aceptación y puesta en marcha del proyecto; para ello como en la localidad de Latacunga no existe en la actualidad un Campo Santo Privado con los servicios exequiales privados con las características que se necesita para ello; se ha asumido que se atenderá al total de clientes que requieren el servicio.

3.4. ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL TAMAÑO DEL PROYECTO.

Se considerará para la elección del lugar apropiado y su futuro funcionamiento del Campo Santo Privado en la ciudad de Latacunga los siguientes aspectos:

Amplitud: Amplias y modernas instalaciones tanto para el espacio físico para el Campo Santo Privado rodeado de espacios verdes, como al igual para las demás áreas consideradas para los servicios exequiales en cuestión, amplio espacios para el desarrollo especial del servicio como al igual de salas de velación rodeadas de un sobrio ambiente de armonía, paz y tranquilidad, confortables con áreas climatizadas.

Higiene: Sobre todo en sala de cremación y demás servicios básicos como los baños, las medidas deben ser extremas. En general debe cumplirse con normas de limpieza y desinfección, mismos que protegerán la salud y el bienestar de las personas que acudan a nuestro parque cementerio privado evitando de esta manera la presencia de epidemias.

Ventilación: El aire debe renovarse constantemente. Por tanto debe existir suficiente aireación en todos los ambientes; sobre todo en la sala de velación, cafetería, administración y en todas las áreas cerradas de la organización.

Espacios verdes convenientes: El Campo Santo Privado deberá poseer un diseño paisajístico acorde a un parque abierto; por lo que es muy importante analizar este tipo de características para la propuesta de ambientes naturales dentro del Campo Santo Privado; por tanto en las actividades exequiales deberá reinar un ambiente de paz y armonía; y sobre todo de respeto a nuestros seres queridos con calidad en la entrega de productos y servicios para el buen recogimiento de nuestros visitantes.

3.5. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerán en partes importantes la aceptación o rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal

ejecutivo por trasladarse a una localidad que adolece de incentivos para su grupo familiar. Además de variables de índole económica; el evaluador de un proyecto deberá incluir en su análisis variable estrategias de desarrollo futuro, flexibilidad para cambiar su destino, factores emocionales de la comunidad, entre muchos otros.

La ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido para el proyecto, como cubrir la mayor cantidad de la población posible o lograr una alta rentabilidad. Aunque las opciones de localización pueden ser muchas, en la práctica éstas se reducen a unas pocas, por cuanto las restricciones y exigencias propias del proyecto eliminan a la mayoría de ellas.

La elección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región o zona; y la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.¹⁴

3.5.1. MACROLOCALIZACIÓN

Se define como la zona general donde se instalará la empresa o negocio.¹⁵

El Campo Santo Privado estará ubicado en:

País: Ecuador.

Ubicación: Región Central del Ecuador.

Provincia: Cotopaxi.

¹⁴ (Proyecto de inversión. Formulación y evaluación. Nassir Spag Chain pág.107,108).

¹⁵ Folleto de evaluación de proyectos.

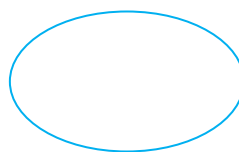
Cantón: Latacunga.

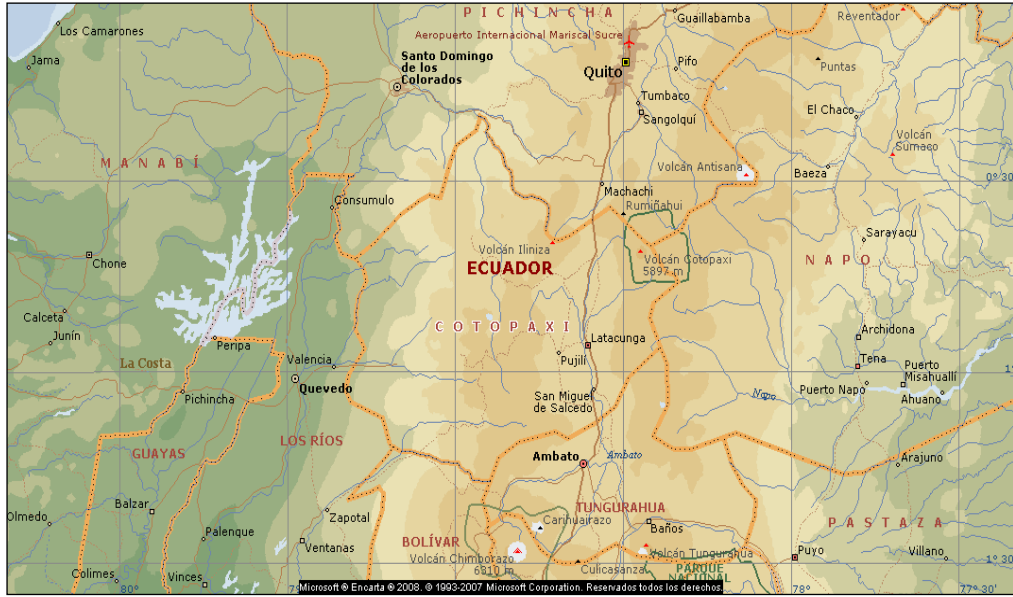
Actividad Económica:

Es una oportunidad de negocio ya que en la actualidad el sector funerario ha ido evolucionando y que está en constante crecimiento; y al no existir un Campo Santo Privado con los servicios propuestos se presenta con una buena expectativa para proponerlo e implementarlo.

GRÁFICO Nº 3.0.

MAPA POLÍTICO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI





Fuente: Microsoft Encarta 2008.

Elaborado: Jorge Morales.

3.5.1.1 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

La localización adecuada para el presente proyecto obedecerá no solo a criterios estratégicos sino también a ofrecer un servicio y condiciones que satisfagan mejor los requisitos del usuario al que pretendemos dar el servicio exequial.

3.5.1.2. ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA UBICACIÓN DEL PROYECTO.

3.5.1.2.1. FACTORES GEOGRÁFICOS

CERCANÍA AL MERCADO

- Este factor locacional es considerado de importancia para el Campo Santo Privado ya que los clientes tanto reales como potenciales podrán observar cerca de la ciudad un nuevo estilo de servicio exequial y por tal motivo contribuirá para la captación de mercado.
- En lo referente a la cercanía a carreteras se tomará muy en cuenta con el propósito de facilitar la llegada de clientes, visitantes, y sobre todo del traslado de nuestros seres queridos por sectores fáciles de acceder; y así brindar la seguridad y la comodidad que tal acontecimiento como la despedida de un ser querido merece.
- La empresa también se deberá localizar de tal forma que su presencia se convierta en una forma de publicidad y vitrina para el agrado de nuestros clientes.

INFRAESTRUCTURA

El Campo Santo Privado se encontrará ubicado en un sitio privilegiado a 5 minutos del centro financiero y comercial de la ciudad, dispone de fácil acceso, contando con energía eléctrica, sistemas de comunicación establecidos como teléfonos, fax, internet.

3.5.1.2.2. FACTORES INSTITUCIONALES.

LICENCIAS.

Se deberá tener las documentaciones y permisos de apertura exigidos por las leyes para el normal funcionamiento del Campo Santo Privado tanto para la declaración de impuestos como para los permisos de sanidad; para ello se deberá presentar lo siguiente:

- Planilla de inspección.
- Solicitud valorada de permiso de funcionamiento.
- Carnet de salud ocupacional.
- Copia de cédula del propietario.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Copia del certificado del cuerpo de bomberos.

PERMISOS.

Dentro de las disposiciones para los permisos para la constitución del Campo Santo Privado son reguladas e inspeccionadas y posteriormente autorizados tanto por el Ministerio de Salud Pública de Cotopaxi, como al igual de la Municipalidad de la ciudad de Latacunga.

3.5.1.2.3. FACTORES ECONÓMICOS.

Para un Campo Santo Privado le conviene que su terreno y su construcción sean propias; ya que al utilizar el espacio físico para el servicio exequial los restos deben ser respetados, considerados y no removidos; de tal forma que se analizará todos los factores en cuanto se refiere a los costos a la compra del terreno para la construcción; reflejando a la vez que para todos los servicios considerados para la práctica se deberá observar la existencia de mano de obra, de materias primas, de servicios básicos, del terreno, de la infraestructura entre otros que reflejen costos no tan altos los cuales nos permitirán desarrollarnos como empresa mediante la estabilidad económica

organizacional en todos nuestros suministros e insumos considerados en este contexto.

3.5.1.2.4. COMPETENCIA.

Como se puede observar el mercado de los servicios exequiales y más específicamente a lo que es un Campo Santo Privado no se ha desarrollado mayormente en la ciudad de Latacunga; es así que no existe una competencia.

Entre los factores que se puede considerar para realizar la evaluación se encuentran los siguientes:

3.5.1.2.5. RECURSO HUMANO.

La disponibilidad de Recurso Humano que se necesitará será con perfiles afines al sector funerario es así que se contará con el respaldo para los servicios exequiales de personas aptas para la construcción, como obreros, pintores, marmolistas incluyendo a la vez ebanistas, vendedores de bóvedas, guardias, cargadores, cantantes, floristas, jardineros y personal administrativo que conjuntamente con la infraestructura empresarial contribuirán para el requerimiento y desarrollo en cada área de Campo Santo Privado.

3.5.1.2.6. MERCADO.

Tomando en cuenta al mercado que se desea atender el cual va dirigido a las personas de la PEA de 16 años y más edad de la ciudad de Latacunga que por estar expuestos a la muerte ya sea por diferentes factores que lo involucran, y que para ello debido a que la capacidad de nuestros cementerios

se encuentra copada se pretende cubrir la demanda potencial de 151 habitantes que fallecieron en el año 2008.

3.5.2. MICROLOCALIZACIÓN

Se define como el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.¹⁶

Cantón: Latacunga.

Ciudad: Latacunga.

Sector: Locoá.

3.5.2.1 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

3.5.2.1.1 FACTORES GEOGRÁFICOS

CERCANÍA AL MERCADO

La cercanía a la ciudad es muy importante ya que como se mencionó anteriormente se comprará el terreno para la construcción en el sector de Locoá; el cual mantiene las condiciones naturales aceptables; y por ende al no existir otra organización de tales magnitudes y características observamos que el proyecto es factible, considerando a su vez que se encuentra en un sector no muy alejado de la ciudad.

INFRAESTRUCTURA

¹⁶ Folleto de Evaluación de Proyectos.

El terreno para el Campo Santo Privado cuenta con 5 hectáreas de naturaleza; ubicado en el sector de Locoá, en el cual se realizará la construcción, el mismo que se encontrará en el sector noreste de la ciudad, el cual contempla todos los servicios básicos agua, luz, teléfono, y demás servicios especiales como internet, cable, entre otros los cuales permitirán el buen funcionamiento para que las actividades vertidas en el proyecto se desarrollen de la mejor manera; y sobre todo por ser un lugar donde posibilita la naturaleza un ambiente de paz y armonía.

3.5.2.1.2. FACTORES SOCIALES

SEGURIDAD

De acuerdo a una vigilancia permanente un equipo de guardias y un sistema de seguridad entre cámaras y sistemas computarizados de visualización de última tecnología, ofrecerán a la organización y sobre todo a nuestros clientes y visitantes un ambiente de paz y tranquilidad.

3.5.2.1.3. FACTORES ECONÓMICOS

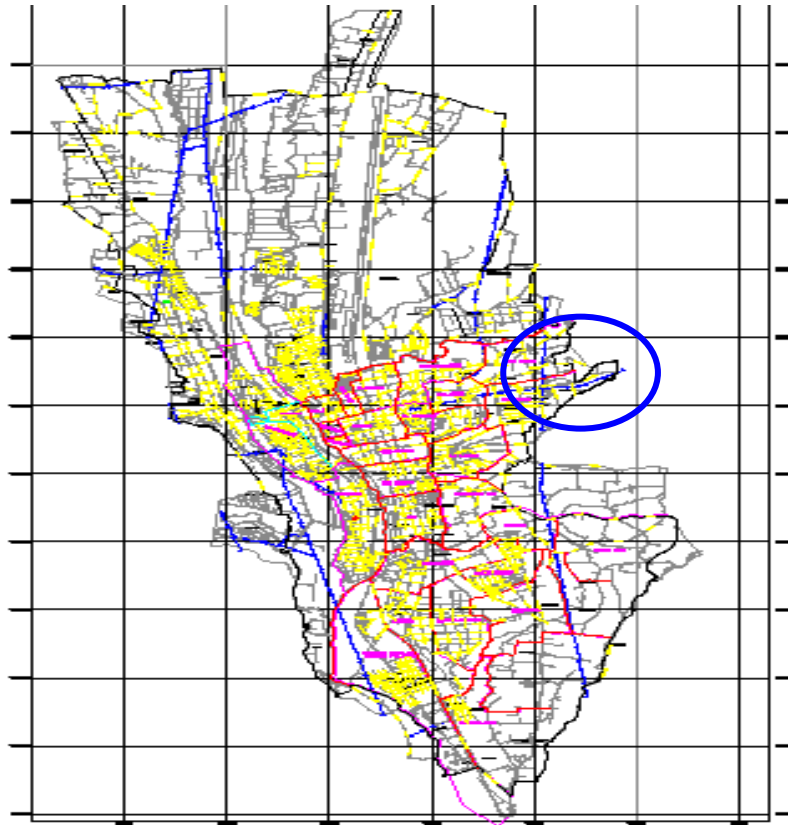
Compra del terreno.

Los costos por la compra del terreno, y para la construcción del Campo Santo Privado corresponden a unos \$305.000 dólares; valor que será adquirido

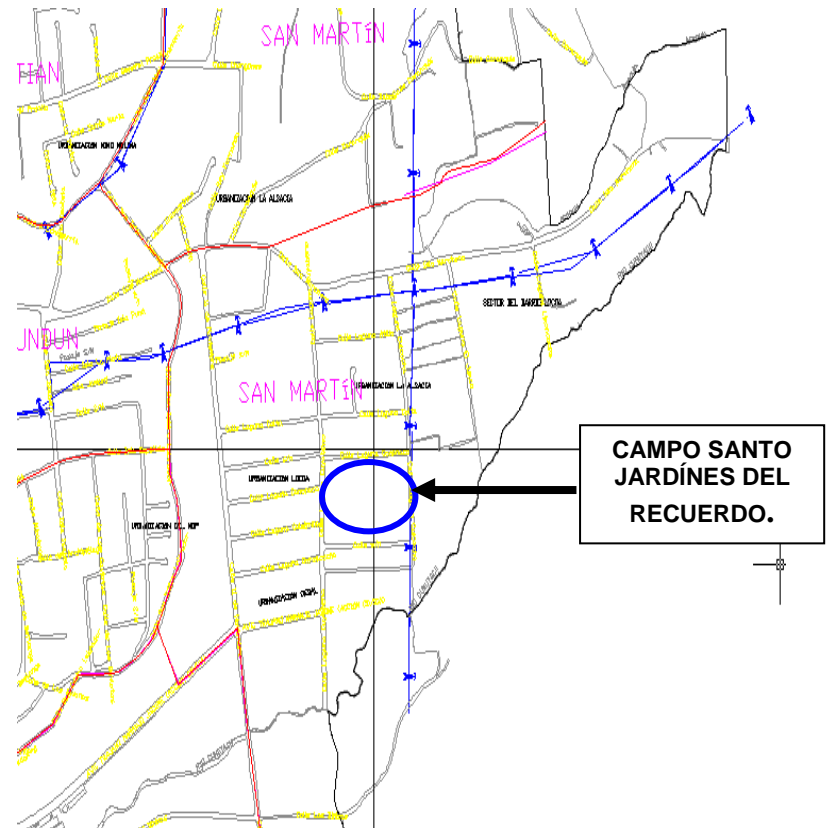
como se mencionó anteriormente por capitales tanto públicos y privados, al igual de capital propio por la significancia del valor en cuestión.

GRÁFICO Nº 3.1.

PLANO DE LA ZONA URBANA
DE LA CIUDAD DE LATACUNGA



PLANO ESPECÍFICO DEL SECTOR DE
LOCOA DONDE SE LOCALIZARÁ EL CAMPO
SANTO PRIVADO



Fuente: I. Municipalidad de Latacunga.

Elaborado: Jorge Morales

3.6. INGENIERÍA DEL SERVICIO

3.6.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

DEFINICIÓN

“En esta etapa se determinan todos los recursos necesarios para cumplir con el tamaño de producción que se haya establecido como óptimo; siendo el objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto la de resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva”.¹⁷

Se deben determinar por tanto los procesos, equipos, recurso humano, mobiliario, equipo de oficina, terrenos, construcciones, distribución del equipo, obras civiles, organización y eliminación o aprovechamiento del desperdicio, etc.

El Campo Santo Privado, contará con un conjunto de soluciones, destinadas a servir los distintos requerimientos de la ciudadanía de Latacunga, con lotes para parcelas dobles y triples con sus respectivas lápidas de mármol en las cuales irán marcadas el nombre y apellido, fecha de nacimiento, y fecha de defunción, cremación con su respectivos columbarios para depositar las urnas cinerarias, y por su puesto los servicios exequiales, que permitirán a los deudos acceder de acuerdo a sus capacidades, las cuales podrán ser financiadas.

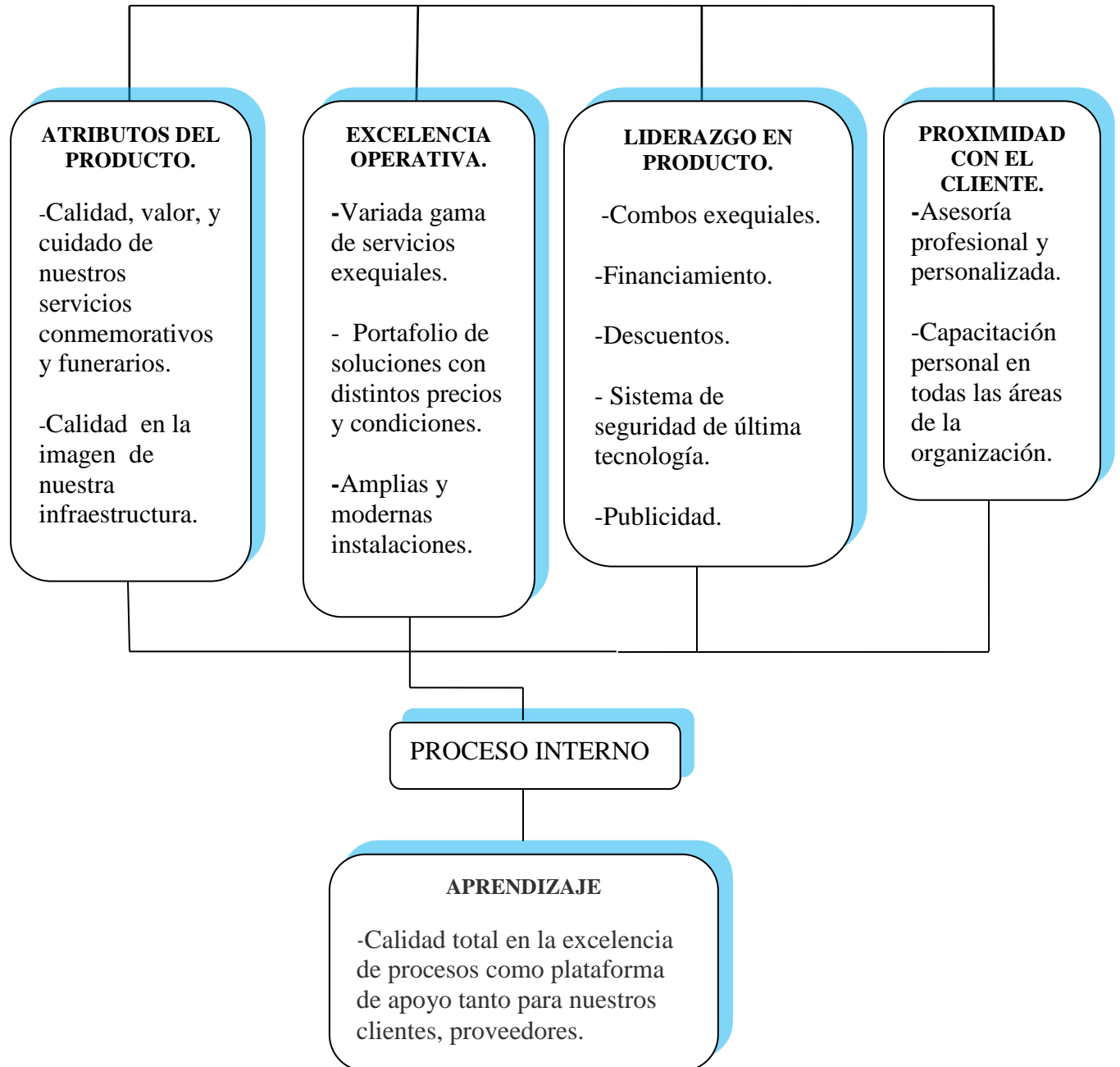
EL Campo Santo Privado ofrecerá además la siguiente:

¹⁷ (GRABRIEL BACA URBINA .Formulación y Evaluación de Proyectos de inversión. Pág. 101,102).

- Una sala de velaciones individuales con una capacidad de 70 personas sentadas y hasta 120 personas en total.
- Una infraestructura de administración que incluye oficinas administrativas y de ventas, área para servicios de cafetería, servicios higiénicos y garitas de control de accesos y seguridad.
- Áreas de jardines con césped natural, el mismo que será adecuadamente mantenido por nuestros proveedores con sistemas de riego computarizados.
- Áreas para servicios varios como florería, servicios médicos, información, etc.
- Servicios adicionales que el cliente requiere, como son los funerarios, velatorios, cremación, tanatopraxia, con las mejores técnicas y dando cumplimiento a las normas de salud vigentes para estos casos.
- Ayudando de esta forma al cliente a cumplir con las formalidades legales y operativas necesarias para el buen manejo del servicio exequial, para dar a sus deudos una sepultura cumpliendo con todas las exigencias de rigor.

GRÁFICO Nº 3.2.

TÉCNICAS DE DISEÑO Y CALIDAD DEL SERVICIO



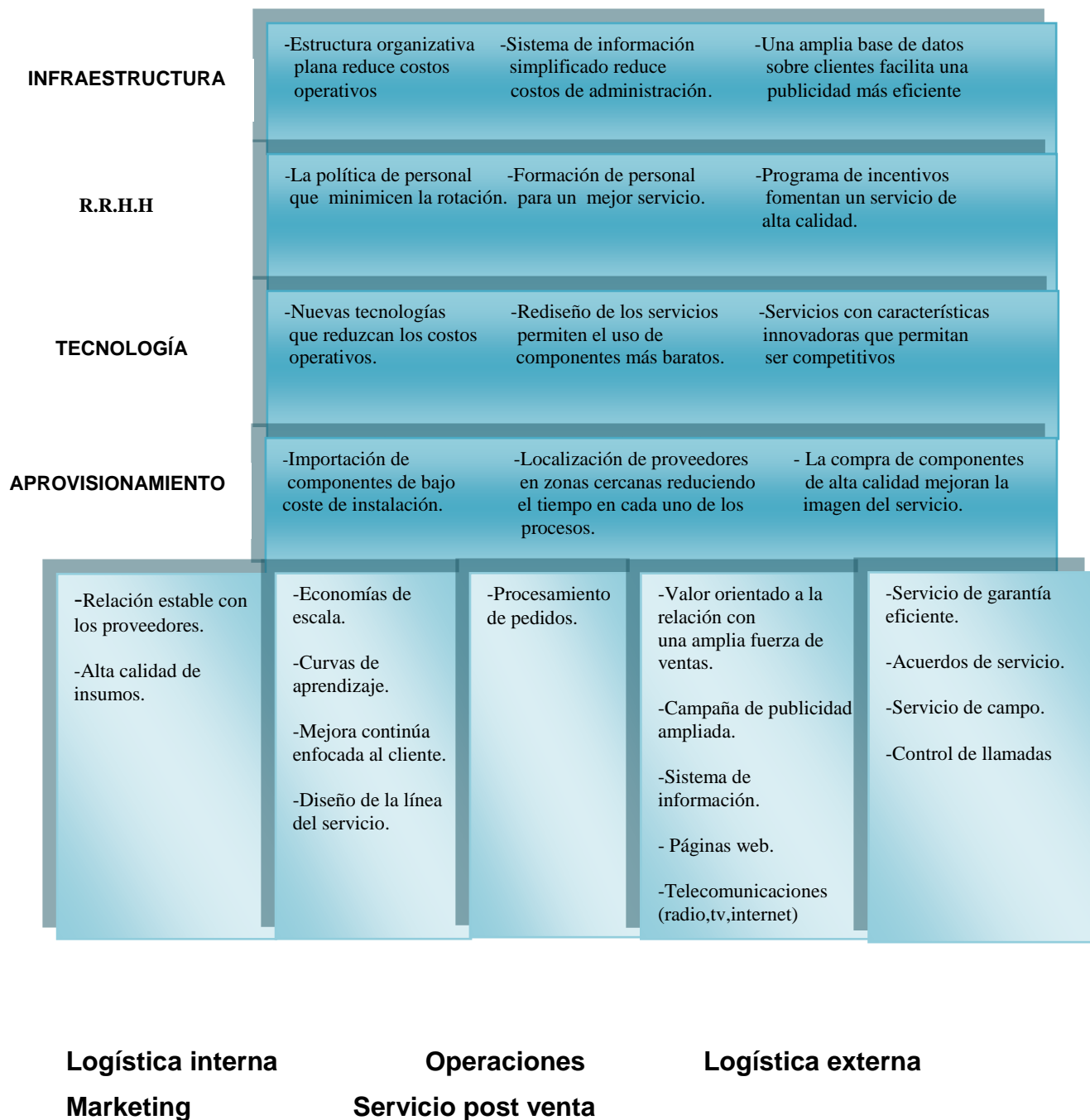
Fuente: Propuesta Administrativa

Elaborado: Jorge Morales

El Campo Santo Privado como una organización ente para el desarrollo de los servicios exequiales y funerales en la ciudad de Latacunga se convierte en una nueva propuesta para la despedida de nuestros seres queridos, es así que al no haber una infraestructura con las características mencionadas; y guiándose con empresas similares en el país se enfocará en ser competitivo mejorando y estructurando nuevas propuestas para ofrecer y desarrollar el sector de los servicios exequiales; con estándares de calidad que permitan valorizar el buen funcionamiento de la organización; para ello contando con un correcto manejo de la organización en cuanto se refiere a la capacitación en cada procesos para el mejoramiento del mismo; y sobre todo de nuestros clientes al cual se pondrá toda la disposición a la asesoría para que de esta forma puedan conocer sobre lo que ofrecemos.

GRÁFICO Nº 3.3.

CADENA DE VALOR DEL SERVICIO DEL CAMPO SANTO PRIVADO



Fuente: Propuesta Administrativa

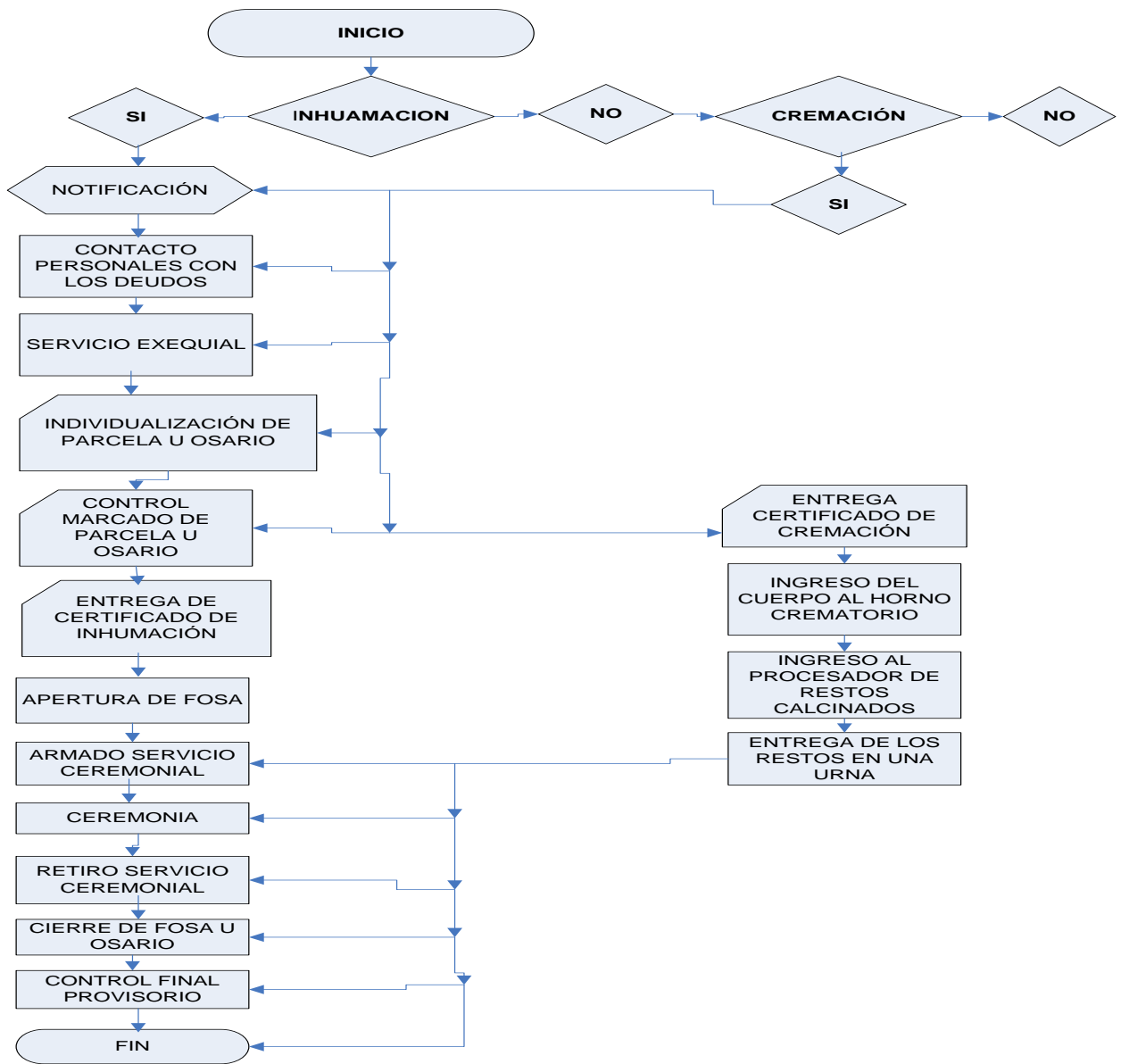
Elaborado: Jorge Morales

3.6.2. PROCESOS

3.6.2.1. DE PRODUCCIÓN.

GRÁFICO N° 3.4.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE INGRESO AL CAMPO SANTO PRIVADO.








Fuente: Propuesta Administrativa.

Elaborado: Jorge Morales.

GRÁFICO Nº 3.5.

DEFINICIÓN DE SIMBOLOS DEL DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE INGRESO AL CAMPO SANTO PRIVADO.

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
---------	-------------

	Inicio/Fin del proceso
	Proceso
	Documento
	Decisión
	Preparación del proceso

Fuente: Microsoft Visio

Elaborado: Jorge Morales

3.7. DISTRIBUCIÓN GENERAL DE LAS INSTALACIONES

CUADRO N° 3.3.

ÁREA	NÚMERO	ÁREA	TOTAL
------	--------	------	-------

ADMINISTRATIVA	1	115,89 m2	115,89 m2
PARCELAS	4	625,51 m2	2502,04 m2
CREMACIÓN	1	95,60 m2	95,60 m2
CAFETERÍA	1	34,19 m2	34,19 m2
COLUMBÁRIOS	1	726,04 m2	726,04 m2
BAÑOS	1	28,06 m2	28,06 m2
VELACIÓN	1	98,25 m2	98,25 m2
JARDINES	3	150,01 m2	450,03 m2
USO MULTIPLE	2	72,84 m2	145,68 m2
GUARDIANÍA	1	6,55 m2	6,55 m2
ÁREA DE CIRCULACIÓN	3	265,89 m2	797,67 m2
TOTAL			5000,00m2

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Estudios de Arquitectura

El Campo Santo distribuirá sus instalaciones de la siguiente manera:

3.7.1. DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LAS INSTALACIONES CUADRO Nº 3.4.

AREA	m2	TOTAL m2
ÁREA ADMINISTRATIVA		115.89 m2
Gerencia	4.35m2*3.61m2	
Departamento de ventas	3.15m2*3.85m2	
Departamento de servicio	3.65m2*3.22m2	
Sala de reuniones	3.73m2*3.85m2	

Área Médica	3.15m2*3.95m2	
Sala de espera	3.65m2*3.81m2	
Acceso	3.61m2*3.18m2	
Baño	2.85m2*3.63m2	
ÁREA DE PARCELAS		2502.01m2
Sección 1	18.721m2*33.412m2	
Sección 2	18.721m2*33.412m2	
Sección 3	18.721m2*33.412m2	
Sección 4	18.721m2*33.412m2	
ÁREA DE CREMACIÓN		95.6m2
	8.878m2*10.758m2	
ÁREA CAFETERIA		34.19m2
	3.996m2*8.555m2	
ÁREA DE COLUMBARIOS		726.04m2
	21.589m2*33.630m2	
BAÑOS		28.06m2
	3.692m2*7.60m2	
ÁREA VELACIÓN		98.25m2
	7.622m2*12.890m2	
JARDÍN		450.03m2
Jardín 1	10.389m2*14.439m2	
Jardín 2	10.389m2*14.439m2	
Jardín 3	10.389m2*14.439m2	
USO MULTIPLE		145.68m2
Florería	6.894m2*10.566m2	
Bodega	6.894m2*10.566m2	
GUARDIANÍA		6.55m2
	2.102m2*3.116m2	
ÁREA DE CIRCULACIÓN		797.67m2
Sector 1 (área de entrada)	6.294m2*13.056m2	
Sector 2 (circulación)	17.970m2*21.971m2	
Sector 3 (circulación)	17.970m2*21.971m2	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Jorge Morales

3.8. RECURSOS PROPUESTOS

3.8.1. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Considerando el sueldo básico unificado que es de \$200; para ello adicionalmente incluiríamos utilidades para los trabajadores y los beneficios de

las bonificaciones inscritas tanto para el décimo tercero y décimo cuarto por la ley consideraremos un sueldo promedio para los empleados operativos de \$249,50 mensuales; es así que consideraremos los siguientes puestos de trabajo:

CUADRO Nº 3.5.

GASTOS DE REMUNERACIÓN OPERATIVA MENSUALES Y ANUALES PREVISTOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL CAMPO SANTO PRIVADO.

CONCEPTO	CANTIDAD (#)	SUELDO MENSUAL (USD)	SUELDO ANUAL (USD)
SECRETARIA	1	249,5	2994
CRÉDITO Y COBRANZAS	2	249,5	5988
SEGURIDAD Y MANTENIMIENTO	2	249,5	5988
ASEO/LIMPIEZA	1	249,5	2994
CHOFER	1	249,5	2994
ASISTENTE DE VENTAS	1	249,5	2994
ASISTENTE SERVICIOS A CLIENTES	1	249,5	2994
AGENTE DE VENTAS	1	249,5	2994
COORDINADOR DE SERVICIOS EXEQUIALES	2	249,5	5988
TOTAL	12	2245,5	35928

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaborado: Jorge Morales

3.8.2. GASTO ADMINISTRATIVO

Gastos reconocidos sobre las actividades administrativas globales de una empresa; correspondientes tanto a los sueldos y salarios del personal administrativo, como al igual a los costos que se generan en las oficinas; para ello se ha considerado la siguiente nómina de personal administrativo:

CUADRO Nº 3.6.

GASTOS DE REMUNERACIÓN ADMINISTRATIVA MENSUALES Y ANUALES PREVISTOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL CAMPO SANTO PRIVADO.

CONCEPTO	CANTIDAD (#)	SUELDO MENSUAL (USD)	SUELDO ANUAL (USD)
GERENTE GENERAL	1	610	7320
GERENTE ADMINISTRATIVO	1	540	6480
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS	1	540	6480
JEFE DEL SERVICIO A CLIENTES	1	540	6480
VENTAS	1	540	6480
TOTAL	5	2770	33240

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaborado: Jorge Morales

3.8.3. EQUIPO Y MAQUINARIA.

Tiene que ver al conjunto de maquinaria e instalaciones necesarias para realizar el proceso transformador; las cuales para el Campo Santo Privado deberán ser de alta calidad para que a su vez se obtenga una calidad en todos los servicios entregados.

CUADRO Nº 3.7.

EQUIPO Y MAQUINARIA DESTINADOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL CAMPO SANTO PRIVADO.

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
Equipo de cremación	1	206025	206025
TOTAL	1	206025	206025

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Jorge Morales

3.8.4. MUEBLES Y ENSERES

El Campo Santo Privado en el Área Administrativa contará con los siguientes muebles y mobiliario para la utilización en el mencionado medio, a continuación se detalla cada uno con su respectivo costo.

CUADRO Nº 3.8.

MUEBLES Y ENSERES DESTINADOS AL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN, DEPARTAMENTO DE VENTAS, DEPARTAMENTO DE SERVICIOS.

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
------------------------	----------	--------------------	----------------

		(USD)	(USD)
Escritorio	2	145	290
Sillas ejecutivas	2	160	320
Sillas de espera	3	37	111
Archivador	1	185	185
DEPARTAMENTO DE VENTAS			
Escritorio	1	145	145
Sillas ejecutivas	1	160	160
Sillas de espera	6	37	222
Archivador	1	185	185
DEPARTAMENTO DE SERVICIOS			
Escritorio	1	145	145
Sillas ejecutiva	1	160	160
Silla de espera	2	37	74
Área de Velación			
Sillas	20	37	740
Veladoras	4	95	380
TOTAL		1528	3117

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Jorge Morales

CUADRO Nº 3.9.

EQUIPOS DESTINADOS AL ÁREA ADMINISTRATIVA PARA EL PRIMER AÑO DE FUNCIONAMIENTO DEL CAMPO SANTO PRIVADO.

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
----------	----------	----------------	-------------

		(USD)	(USD)
Comunicador	2	18	36
Caja Fuerte	1	180	180
Teléfono Fax	1	60	60
Teléfono inalámbrico	1	50	50
TOTAL	5	308	326

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Jorge Morales

CUADRO N° 3.10.

**EQUIPOS DE CÓMPUTO DESTINADOS AL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN,
DEPARTAMENTO DE VENTAS, DEPARTAMENTO DE SERVICIOS PARA EL
FUNCIONAMIENTO DEL CAMPO SANTO PRIVADO.**

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
Computador intel centrino duo procesador 1.73ghz	1	800	800
Impresoras hp 3920	1	50	50
DEPARTAMENTO DE VENTAS			
Computadora intel centrino duo procesador 1.73ghz	1	800	800
Impresora hp 3920	1	50	50
DEPARTAMENTO DE SERVICIOS			
Computadora intel centrino duo procesador 1.73ghz	1	800	800
Impresora hp 3920	1	50	50
TOTAL		2.550	2.550

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Jorge Morales

CUADRO N° 3.11.

SUMINISTROS DE OFICINA DESTINADOS AL ÁREA ADMINISTRATIVA PARA EL FUNCIONAMIENTO MENSUAL Y ANUAL.

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
----------	---------------	-------------

	(USD)	(USD)
Útiles de escritorio	60	720
Útiles de limpieza	85	1.020
Utilería	550	6.600
TOTAL	695	8.340

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Jorge Morales

3.8.5. GASTO DE CONSTITUCIÓN

Refiriéndose a los gastos en los que se incurre al crear una sociedad (notaría, abogados, impuesto, licencias, etc.).

CUADRO Nº 3.12.

GASTO DE CONSTITUCIÓN PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL CAMPO SANTO PRIVADO.

CONCEPTO	GASTO TOTAL (USD)
Gastos de Constitución	3.600
TOTAL	3.600

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Jorge Morales

3.8.6. SERVICIOS BÁSICOS

Teniendo que ver al consumo de todo lo concerniente a los gastos básicos para que el Campo Santo Privado pueda empezar a funcionar detallando tanto las planillas esenciales y básicas, como al igual los gastos de la construcción.

CUADRO N° 3.13.

**GASTO DE SERVICIOS BÁSICOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL CAMPO
SANTO PRIVADO.**

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIT	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO MENSUAL (USD)	COSTO ANUAL (USD)
Energía eléctrica	1400	Kwh.	0,085	119,00	1.428,00
Teléfono fijo	895	Min.	0,07	62,65	751,80
Agua potable	1350	m3	0,06	81,00	972,00
TOTAL				262,65	3.151,80

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Jorge Morales

CUADRO N° 3.14.

**GASTOS PROVEEDORES PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL CAMPO SANTO
PRIVADO**

CONCEPTO	COSTO ANUAL (USD)
----------	-------------------

Gasto de construcciones de obras hidráulicas y civiles.	10278,24
Gasto de Ataúdes, urnas	51391,20
Gasto de consultoría empresarial	10278,24
Gasto de jardinería, parques y plantaciones	34260,80
Total	106208,48

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Jorge Morales

3.8.7. TERRENO

La compra del terreno tiene un costo de \$250.000; siendo el valor del metro cuadrado en ese sector de \$50 por metro cuadrado; y considerando las 5 hectáreas constituidas para la construcción.

CUADRO N° 3.15.

TERRENO

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL
----------	----------	--------	-------------

		UNITARIO (USD)	(USD)
TERRENO	5000 m ²	50m ²	250000
TOTAL	5000 m ²	50m ²	250000

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Jorge Morales

3.8.8. INSTALACIONES Y CONSTRUCCIÓN

La construcción del establecimiento asciende a un total de \$55.000 e incluye la infraestructura, instalaciones, acabados y decoraciones.

CUADRO Nº 3.16.

EDIFICIO Y CONSTRUCCIÓN.

CONCEPTO	VALOR TOTAL (USD)
Edificio y construcción	55000
TOTAL	55000

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Jorge Morales

3.8.9. VEHÍCULO

Para un mejor servicio exequial se considerará la compra de un vehículo fúnebre; el mismo que contribuirá para el traslado del fallecido hacia el Campo Santo.

CUADRO N° 3.17.

VEHÍCULO DESTINADO PARA EL SERVICIO EXEQUIAL

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
Carro fúnebre	1	28000	28000
TOTAL	1	28000	28000

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: Jorge Morales

3.9. IMPACTO AMBIENTAL

Se deberá tomar esencial interés en los siguientes puntos:

- ✓ En lo que se refiere a los equipos de cremación adoptarán las más modernas tecnologías en instrumental de control, lo cual aporta un grado de seguridad, economía operativa y a la vez protección al medio ambiente.
- ✓ Todo el entorno del equipo se mantendrá limpio, ya que este como unidad operativa no aporta al ambiente humos ni olores que hagan desagradables o antihigiénico la condición laboral del mismo; protegiendo tanto la salubridad dentro y fuera de la organización ya que en la actualidad se han desarrollado hornos crematorios de primera índole que permiten que el impacto de emisión tóxicas emerjan hacia el exterior ocasionando problemas a la comunidad, de esta manera se tratará con equipos modernos que aminoren las emanaciones de humos y sustancias tóxicas.

La presente demanda de un método económico de cremación de restos humanos, que no comprometa el medio ambiente y cumpla con las disposiciones vigentes, nos ha conducido al diseño de equipos con alta eficiencia de operación y escaso mantenimiento.

El diseño de un cementerio tipo Parque Ecológico comprende básicamente lo siguiente:

- ✓ En la etapa de construcción se contará con caseta de guardiana y vestuarios para el personal, así como los servicios de agua y desagüe provisional. De acuerdo a su dimensión, y otras características, podría requerirse un depósito para el guardado de insumos, materiales y equipos.

En la etapa de funcionamiento se contará con:

- ✓ Servicio de agua potable, que será tomada de alguna fuente de agua y almacenada en cisternas y/o tanques elevados, o tanque hidroneumático, para

de ahí alimentar a los diferentes ambientes como: oficinas, servicios higiénicos, piletas ornamentales, etc.

- ✓ Energía eléctrica, que mayormente se tomará de la red existente que pasa por la acera del frente del área del proyecto.

- ✓ Evacuación de desagües, que serán recolectados y dispuestos finalmente en la red pública de alcantarillado o en algún sistema de tratamiento y disposición final.

- ✓ En cuanto a los residuos sólidos que en gran proporción provendrán del podado del césped, así como las flores marchitas de sepulturas bajo tierra y nichos, serán usados para la elaboración de compost o dispuestas en el relleno sanitario.

- ✓ Para el riego de las áreas verdes se utilizarán las aguas que discurren por riachuelos o acequias.

En lo posible se debe evitar el uso de agua potable para este fin.

- ✓ En las sepulturas bajo tierra, los ataúdes irán dentro de cajones rectangulares de concreto, los cuales serán sellados con una tapa del mismo material. En el proceso de confinamiento se mantendrá una zona no saturada que permitirá interceptar, absorber y eliminar bacterias, virus, así como también biodegradar hidrocarbonatos y compuestos orgánicos sintéticos.

- ✓ En lo que se refiere a los nichos para la colocación de urnas de cremación se dispondrá en el área específica para los columbarios que sea del tipo vertical, con nichos construidos encima del nivel del suelo, no existirán problemas de este tipo ambiental ya que no se tendrá contacto con el suelo.

4. CAPÍTULO IV

4.1. LA EMPRESA

4.1.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

El nombre o razón social de esta empresa que se especializará en todo lo concerniente a servicios exequiales se denominará Campo Santo Privado “**Jardines del Recuerdo**”; el cual es elegido por todo lo relacionado a que deberá ser un lugar donde reine un ambiente natural de espectacular belleza por los jardines e infraestructura a instalarse; logrando a su vez que sea un ambiente ideal para nuestros seres queridos en donde se presente la paz y la armonía.

4.1.2. LOGOTIPO DE LA EMPRESA

GRÁFICO N° 4.0.

“Jardines del Recuerdo S.A.”



UN LUGAR DE PAZ PARA NUESTROS SERES QUERIDOS

Fuente: Propuesta Administrativa

Elaborado: Jorge Morales

4.1.3. TITULARIDAD DE LA PROPIEDAD EMPRESA

El régimen jurídico a iniciar será el de Sociedad Anónima en el cual cada uno de los seis accionistas constituirán con capital para que el desarrollo del proyecto tanto

individual como de organización se siga cumpliendo; dicho capital (llamado capital social) estará dividido en acciones y se integrará por los pagos o tributos de los socios, quienes no responderán de un modo personal de las deudas de la sociedad.

En su denominación deberá figurar la indicación “Sociedad Anónima” o su abreviatura S.A; estando sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Para ello con el transcurso de los años y conforme se vaya desarrollando la organización se podrá establecer la apertura y colaboración de nuevos accionistas con capitales nuevos que maximicen a la organización, mismos que constituirán para que el desarrollo de la organización sea fructífera en búsqueda del desarrollo organizacional del Campo Santo Privado.

4.1.4. BASE LEGAL

El Campo Santo Privado se constituirá mediante todas las disposiciones concernientes a la suscripción en ley de compañías los cuales menciona que la compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil; para ello previamente debe estar autorizado por el respectivo juez de lo civil de la jurisdicción encargada el cual dará el cumplimiento mediante los trámites legales para la pronta aceptación al registro mercantil.

Los registros legales y trámites que deben cumplirse a fin de crear un Campo Santo Privado son los siguientes:

- Escritura de constitución.
- Permiso de la Superintendencia de Compañías.
- Permiso del Ministerio de Salud.
- Registro de la Cámara de Comercio.

- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Registro de Patente y Permiso Municipal.
- Calificación como contribuyente por el Servicio Interno de Rentas.

De igual forma, las normas y reglamentos que rigen para la creación y puesta en marcha del Campo Santo están constituidas bajo las siguientes Leyes:

- Reglamento de la Sociedad Funeraria Nacional.
- Ley de Salubridad del Ministerio de Salud.
- Ley del Impuesto a la Renta (Ministerio de Finanzas).
- Legislación de Bienestar Social.
- Ley de la Superintendencia de Compañías.
- Ley del Registro Civil.
- Reglamento a la Ley de Cementerios Privados.
- Ley de cementerios y servicios funerarios.

Desde el punto de vista del régimen jurídico para la creación del Campo Santo Privado “Jardines del Recuerdo” se considerará una legislación de sociedades tipo **Sociedad Anónima** prevista en las Leyes ecuatorianas en la codificación de la ley de compañías, cumpliendo los requisitos generales y específicos para su promoción.

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita el Registro Mercantil.

La escritura de fundación de la Compañía Anónima 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.

4.1.5. TIPO DE EMPRESA

Campo Santo Privado “**Jardines del Recuerdo**” se encuentra dentro de la clasificación de las empresas privadas en el sector de servicios exequiales como **S.A**; la misma que afiliándose y siguiendo con las normativas legales aprobadas para que este tipo de empresas; las funciones se guiará y se relacionará con el cumplimiento tanto de los permisos y patentes municipales, Cámara de Comercio, Sistema de Rentas Internas, y Superintendencias de Compañías.

4.1.6. CLASE DE ACTIVIDAD

Campo Santo Privado “**Jardines del Recuerdo**” es una empresa que se preocupará por brindar los servicios exequiales, mediante una propuesta definitiva a los problemas que se suscitan en esos momentos de partida de nuestros seres queridos proporcionando nuevos servicios exequiales que en la actualidad se han desarrollados proponiendo a nuestros clientes una nueva y mejor forma de honrar a nuestros seres que nos han acompañado en la vida y que por circunstancias de la vida han partido; es así que dispondremos de la más amplia gama de productos y servicios exequiales como parcelas que se encuentren rodeadas de un entorno natural de exuberantes jardines y en un número limitado; a su vez contaremos con el servicio de cremación que hoy en la actualidad se está proponiendo y que en la actualidad tiene mucha aceptación; las mismas que contarán con la última tecnología de tal manera que no se susciten problemas de impacto ambiental e interrupciones y retrasos en su proceso; sin olvidar los detalles específicos que distinguirán el evento; cubriendo de esta manera las expectativas de nuestros clientes.

4.2. BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

Campo Santo Privado “**Jardines del Recuerdo**” deberá buscar la satisfacción plena de nuestros clientes al ofrecer una extensa y completa línea de productos y servicios exequiales, estratégicamente bien ubicados para la cercanía de nuestro mercado no muy distantes de la ciudad, con cómodas instalaciones con un ambiente natural que realzando la imagen de nuestra organización ante la sociedad, seguras y de ambiente agradable, preocupándonos siempre por brindar un excelente servicio.

Nuestros colaboradores, constituirán el elemento fundamental para el éxito de nuestra organización, por ello, estamos convencidos de nuestra responsabilidad para apoyarlos como individuos en su desarrollo y bienestar integral.

Nuestros proveedores representan un recurso sustancial para la operación de nuestro negocio, por lo tanto, cumplimos nuestros compromisos y posteriores negociaciones, buscando siempre una relación mutua de beneficio y respeto.

Nos preocupamos por el bienestar de la población al hacernos presentes con nuestras ofertas de servicios y productos exequiales, participando activamente con las comunidades y asociaciones locales en los programas ambientales, educativos y de salud, seguros de que nuestras acciones, trascenderán a las siguientes generaciones.

Nuestra tecnología de vanguardia, conocimientos de mercadeo, gente calificada, agresividad de negocios, proyecciones de crecimiento y óptimas estrategias financieras nos permiten crear un valor agregado, logrando de esta manera una alta rentabilidad y un constante crecimiento de nuestra operación.

4.2.1. MISIÓN

Brindar servicios exequiales basados en la calidad total y en la excelencia de procesos, contando con una amplia gama de productos y servicios exequiales fomentando en cada una de nuestras actividades nuestra filosofía y valores, para asegurar una relación permanente y valiosa con nuestros clientes, proveedores, accionistas, comunidad y medio ambiente, obteniendo de esta manera una adecuada rentabilidad y garantizando así nuestra permanencia y crecimiento.

4.2.2. VISIÓN

Ser una empresa líder en la región comprometida al mejoramiento continuo en la prestación de servicios excepcionales; actualizándonos con todos los adelantos tecnológicos, aportando y apoyando las exigencias y necesidades de nuestros clientes en el otorgamiento de un mejor servicio.

4.2.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Un objetivo es la descripción de los resultados que deben alcanzarse, los objetivos deben incluir el resultado normal de trabajo de la unidad. Además, contendrán las innovaciones o las mejoras en el resultado normal del trabajo, ya que son esenciales para el mantenimiento de una posición competitiva.¹⁸

Los objetivos a alcanzar serán los siguientes:

1. Asegurar que nuestros servicios excedan las expectativas de los clientes.
2. Mantener a todo el personal motivado y con un gran espíritu de servicio.
3. Capacitar permanentemente al personal para que tengan conocimiento de nuestros productos, una atención cálida y humana; reconozcan y fortalezcan sus valores para así poder contribuir a mantener y fortalecer los valores de la empresa.
4. Obtener rentabilidad, de tal manera que nos permita el desarrollo de la empresa y el crecimiento del personal.

4.2.4. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

¹⁸ (planeación y organización de empresas Guillermo Gómez Ceja pag. 136 Resumen)

El propósito de las estrategias es la de determinar y comunicar a través de un sistema de objetivos y políticas, una descripción de lo que desea que sea la empresa; demostrando la dirección y el empleo general de recursos y de esfuerzos.¹⁹

Para el Campo Santo Privado “**Jardines del Recuerdo**” S.A sea considerado las siguientes estrategias:

CUADRO Nº 4.0.

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

¹⁹ (Planeación y organización de empresas.pag 53.copia McGRAW-Hill octava edición)

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Asegurar que nuestros servicios excedan las expectativas de los Clientes.	Entregar productos de calidad. Entregar los productos en los momentos prometidos. Mantener precios adecuados. Proporcionar un adecuado servicio.
Mantener a todo el personal motivado y con un gran espíritu de servicio.	Garantizar un ambiente de trabajo positivo. Fomentar el trabajo en equipo. Ser creativo en las recompensas e incentivos. Proporcionar oportunidades de aprendizaje y crecimiento.
Capacitar permanentemente al personal, una atención cálida y humana; reconozcan y fortalezcan sus valores para así poder contribuir a mantener y fortalecer los valores de la empresa.	Plan de capacitación interna para fortalecer el equipo. Brindar herramientas actualizadas para el desempeño de su trabajo y facilitar su crecimiento personal y profesional dentro de la organización.
Obtener rentabilidad, de tal manera que nos permita el desarrollo de la empresa y el crecimiento del personal.	Crear una sólida imagen de la empresa que refuerce la lealtad de compra de los clientes objetivos. Disminuir los costos de las compras. Disminuir los costos operativos. Incrementar atípicos con los proveedores.

FUENTE: Propuesta Administrativa

ELABORADO: Jorge Morales

4.2.5. PRINCIPIOS Y VALORES

- **Sentido humano** entendiendo, respetando, y actuando de acuerdo a las circunstancias de nuestros semejantes en un momento de dolor y de mucho sentimiento en la despedida de un ser querido.
- **Liderazgo** para lograr buenos resultados, cuando la empresa a más de tener un Gerente tiene un líder, entonces los subordinados se convierten en sus seguidores, y todos trabajan por la buena marcha de la empresa y cumplimiento de sus objetivos.

- **La innovación** de la empresa conforma el futuro de la misma, la tecnología de punta hace que a una empresa competitiva pueda enfrentar al mercado con mayor facilidad.
- **Atención al cliente**, el cliente es el eje principal para el progreso de la empresa, por esto que se debe ofrecer un servicio de calidad que satisfaga las expectativas de los clientes

Entre los valores principales en que la organización deberá respetar y mantener serán:

- **Responsabilidad:** Respondiendo por nuestros actos y por nuestros resultados.
- **Integridad:** Siempre actuar con apego a nuestros principios.
- **Honestidad:** Damos justo valor en nuestras relaciones con todas las personas.
- **Ética:** Somos una empresa seria y responsable en nuestros deberes y compromisos.
- **Servicios:** Estamos dispuestos a prestarle nuestros servicios y a colaborar de una manera responsable cuando usted lo necesite.
- **Respaldo:** Le brindamos la certeza y seguridad de que siempre contará con nuestro apoyo.

- **Compromiso:** Estamos comprometidos a sobrepasar las expectativas que usted nos ha confiado.
- **Sensibilidad:** Estamos conscientes de sus necesidades y sentimientos en los momentos difíciles.

4.2.6. DEPARTAMENTALIZACIÓN

Campo Santo Privado “**Jardines del Recuerdo**” se manejará bajo un sistema de organización funcional ya que se organizará por departamentos o secciones basándose en los principios de la división del trabajo de las labores de una empresa, aprovechando la preparación y la aptitud profesional de los individuos en donde puedan rendir mejor sus actividades.

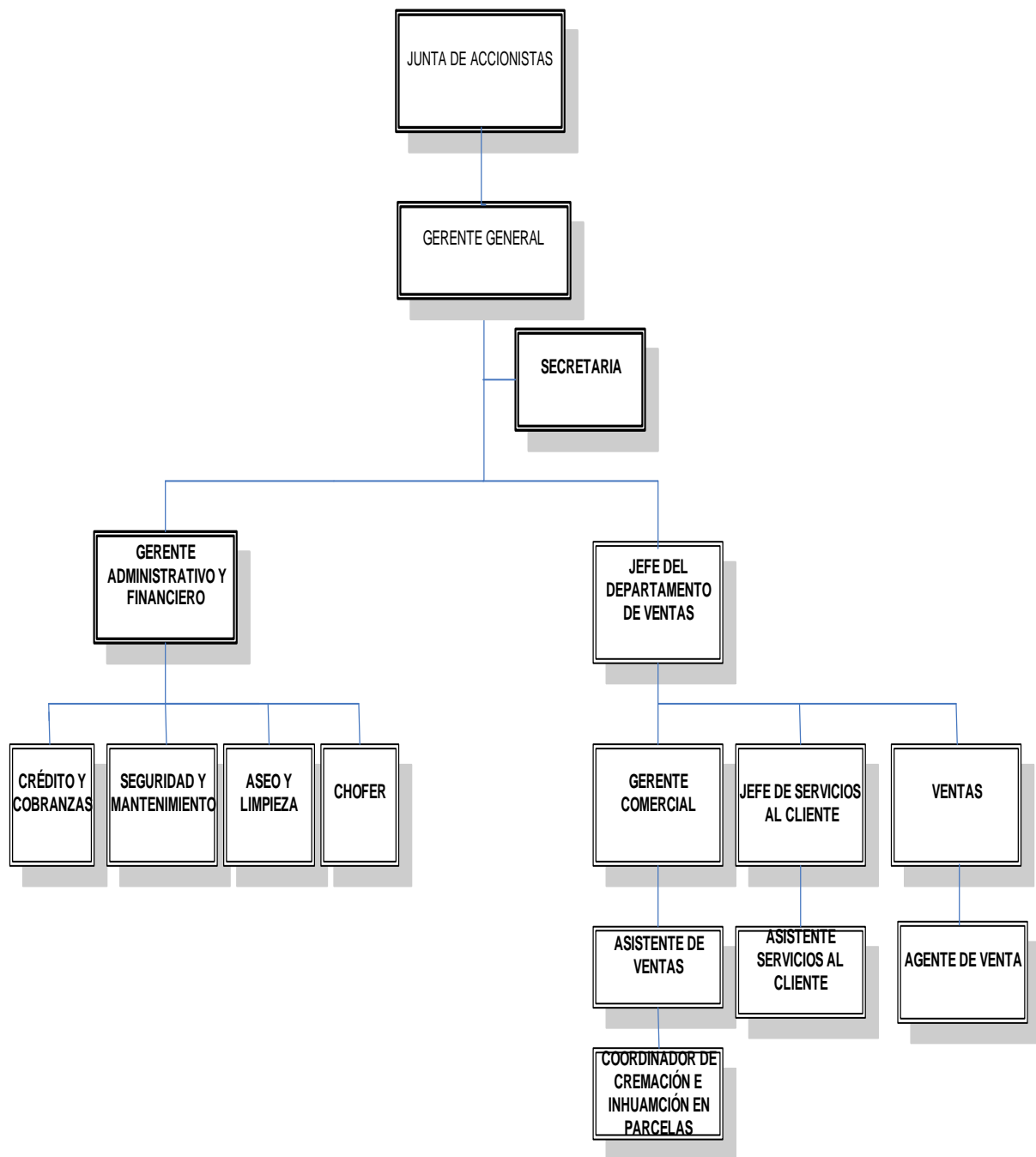
ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Para determinar físicamente las actividades y las representaciones de cada departamento se estructurará mediante un organigrama el cual nos mostrará la estructura interna de la organización formal de nuestra empresa, representando a la vez relaciones con cada departamento, niveles de jerarquía y las principales actividades a desarrollarse.

ORGANIGRAMA

Para nuestra estructura organizacional contaremos con una departamentalización funcional, la misma que es considerada para la aplicación de proyectos nuevos como la más fácil de implantar, facilitando a la vez la comunicación y el desempeño organizacional, compartiendo experiencias tanto jefes como subordinados, promoviendo a la vez la especialización de habilidades.

4.2.6.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



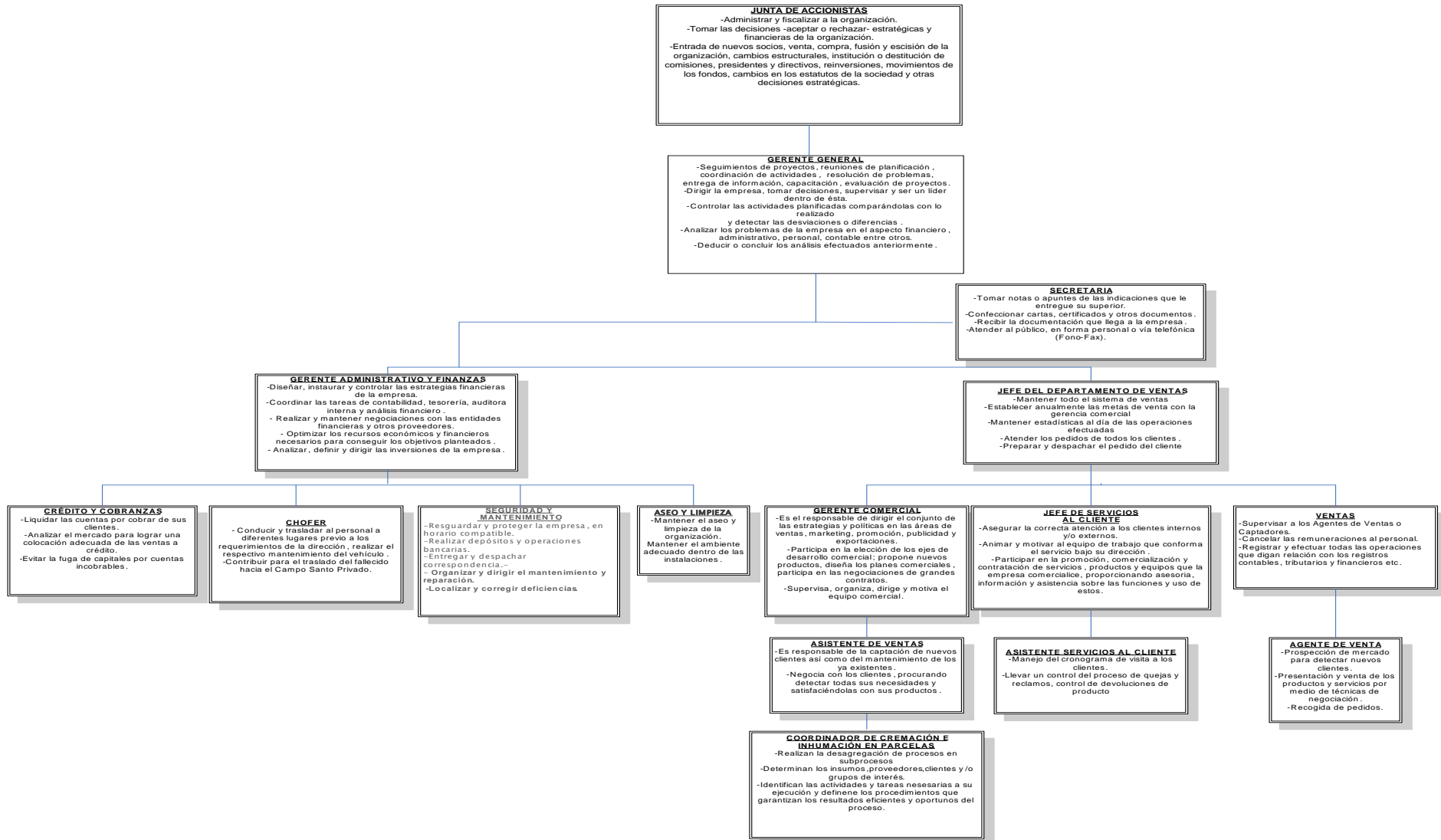
20

Fuente: Propuesta Administrativa

Elaborado: Jorge Morales

²⁰ Desarrollo Organizacional-Rafael Guizar Montúfar; 2da edición pág. 239

4.2.6.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Fuente: Propuesta Administrativa

Elaborado: Jorge Morales

4.2.7. NIVELES JERÁRQUICOS DE LA EMPRESA

En la actual estructura organizacional definida anteriormente, se muestra el organigrama posible a suscitarse en el proyecto, en el cual se puede notar los siguientes niveles jerárquicos:

ORGANISMOS SUPERIORES (ALTA GERENCIA)

Nivel Gerencial

- ✓ Gerencia General.- Este nivel está integrado por el gerente propietario.

NIVEL ADMINISTRATIVO

- ✓ Gerencia de Administración y Finanzas.
- ✓ Gerencia Comercial.
- ✓ Jefe del departamento ventas.
- ✓ Jefe del servicio a clientes
- ✓ Ejecutivo de Ventas.

NIVEL OPERATIVO

- ✓ Secretaria.
- ✓ Crédito y cobranzas.
- ✓ Seguridad y mantenimiento.
- ✓ Aseo limpieza.
- ✓ Chofer.
- ✓ Asistente de ventas
- ✓ Asistente servicios al cliente.
- ✓ Agente de ventas.

- ✓ Coordinador de cremación e inhumación en parcelas.

4.2.8. Descripción de los niveles jerárquicos.

Junta de Accionistas.

Una junta de accionistas se llama al grupo de socios, personas o entidades con participaciones, principalmente de capital, en una organización o empresa, que se divide en pequeñas "partes" con un determinado valor llamadas "acciones". Cada socio -accionista- posee una cantidad diferente de acciones en función de su aportación. Normalmente están obligados a reunirse, por ley, por lo menos una vez al año, aunque las reuniones suelen ser más frecuentes de acuerdo a lo que se requiera.

La función general y fundamental de una junta de accionistas es la de administrar y fiscalizar a la organización.

Las funciones particulares de cada junta de accionistas dependen de las leyes vigentes en cada región, tanto como de los estatutos que se definan en el momento de establecer la sociedad.

En general se ocupan de tomar las decisiones -aceptar o rechazar- estratégicas financieras de la organización, pues son precisamente ellos los dueños de la misma.

En estos se incluye la entrada de nuevos socios, venta, compra, fusión y escisión de la organización, cambios estructurales, institución o destitución de comisiones, presidentes y directivos, reinversiones, movimientos de los

fondos, cambios en los estatutos de la sociedad y otras decisiones estratégicas.²¹

Gerencia General.

La gerencia es un cargo que ocupa el director de una empresa lo cual tiene dentro de sus múltiples funciones, representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Idioma: Inglés
- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Ingeniero Comercial, Ingeniero en Administración de Empresas.
- ✓ Estudios complementarios: Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.
- ✓ Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.
- ✓ Debe tener excelente presencia, atención auditiva y visual, con el fin de alcanzar objetivos.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- ✓ Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.

²¹ www.yahoo.com/Respuestas.mht.

- ✓ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- ✓ Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- ✓ Coordinar con el Ejecutivo de Venta y la Secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
- ✓ Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- ✓ Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable; entre otros.

Gerente Administrativo.

Es el encargado de toda la Administración de los recursos humanos y materiales, concretándose en recursos económicos y documentos, el departamento de administración puede tener unos límites muy amplios, casi adentrándose en el de producción, comercialización y otros; incorporando toda la gestión económica y de personal de los demás departamentos.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Títulos: Ingeniero Comercial, Economista, Abogado o Titulado en Relaciones Laborales, Administración de empresas.
- ✓ Estudios complementarios: Administración general, Gestión de los RRHH; Contabilidad, Elaboración y control de calidad, legislación mercantil y fiscal, análisis de inversiones.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años.
- ✓ Capacidad para aprender y transmitir liderazgo a la organización.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Desarrollar y supervisar los procedimientos operativos y administrativos.
- ✓ Fomentar relaciones con clientes y proveedores.
- ✓ Enfatizar relaciones laborales conjuntas dentro y fuera de la organización.
- ✓ Diseñar, instaurar y controlar las estrategias para el correcto funcionamiento empresarial.
- ✓ Realizar y mantener negociaciones con las entidades financieras y otros proveedores.
- ✓ Optimizar los recursos necesarios para conseguir los objetivos planteados.
- ✓ Analizar, definir y dirigir las inversiones de la empresa.

Gerencia de Finanzas.

Esta área es la encargada de colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Ingeniero en Finanzas y Auditoría o Contador Público y Auditor.
- ✓ Estudios complementarios: Computación, finanzas, contabilidad, Matemáticas Financieras.
- ✓ Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Dirigir y coordinar las políticas y funciones referentes a la administración de los recursos humanos, materiales y financieros del organismo.
- ✓ Tramitar, suscribir y actualizar los contratos de prestación de servicios del personal que perciba su remuneración con cargo a honorarios.
- ✓ Promover la integración de las comisiones que se establezcan.
- ✓ Elaborar los programas y proyectos presupuestales relativos al capítulo de servicios personales y manejar las partidas correspondientes al presupuesto programático.
- ✓ Coordinar la formulación de los presupuestos de ingresos, gasto capital y gasto corriente de operación.
- ✓ Supervisar el ejercicio del presupuesto.
- ✓ Formular y gestionar las reformas presupuestales.
- ✓ Manejar la tesorería de la comisión para la recepción, custodia y desembolso de efectivo y de valores, así como registrar estas operaciones.
- ✓ Registrar y controlar los compromisos y las operaciones financieras.
- ✓ Establecer y manejar el sistema de contabilidad.
- ✓ Formular los estados financieros.
- ✓ Elaborar y presentar oportunamente, las declaraciones por concepto de impuestos.
- ✓ Organizar, controlar, registrar, vigilar y manejar los bienes muebles e inmuebles, servicios y productos exequiales.
- ✓ Supervisar el cumplimiento de los pedidos y contratos de adquisición de bienes muebles, servicios y productos exequiales.
- ✓ Organizar, controlar y supervisar el funcionamiento de los almacenes, registrando las entradas y salidas de artículos, manteniendo al día la información sobre las existencias.

Gerencia Comercial.

Este departamento es el que promueve y comercializa los servicios y productos exequibles.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Ingeniero Comercial o carreras afines.
- ✓ Estudios complementarios: Computación, Marketing de servicios, Proyectos de inversión, Investigación de Mercados.
- ✓ Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Planear y supervisar la contratación de servicios.
- ✓ Planear, coordinar y controlar el proceso de facturación de los servicios.
- ✓ Establecer un programa permanente de actualización al padrón de usuarios.
- ✓ Atender en forma personal y permanente a los grandes usuarios, ya que por su naturaleza es necesario proporcionarles una atención especial.
- ✓ Colaborar con la gerencia de Finanzas en el presupuesto anual de ingresos.
- ✓ Vigilar que los módulos de cobranza estén laborando en forma normal, y que la atención a los usuarios sea siempre la mejor.
- ✓ Vigilar que la entrega de recibos se realice de acuerdo con sus vencimientos.
- ✓ Promover entre la población usuaria, la nueva cultura del servicio exequial y de los Campo Santo Privado.

Jefe del Departamento de Ventas.

Es el responsable de un determinado número de vendedores, realiza el control de la gestión de los vendedores, se encarga de la formación del personal del departamento, elabora informes cuantitativos y cualitativos con respecto a las ventas. Analiza el material soporte para las ventas, en colaboración con el área de marketing.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Título Ingeniero en Marketing o carreras afines.
- ✓ Experiencia de 2 años en cargos similares.
- ✓ Cursos de especialización en ventas de intangibles.
- ✓ Don de mando y liderazgo participativo; Fluidez verbal; Introversión equilibrada; Espíritu crítico y creador; Personalidad atrayente y cortés.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Determinación de las cuotas de venta, de los miembros del equipo.
- ✓ Supervisión y control de los vendedores.
- ✓ Control de actuación en equipo.
- ✓ Elaboración de informes de la actividad del equipo.
- ✓ Supervisión de tareas administrativas: partes, contratos, cobros, citas, los objetivos de ventas propios.
- ✓ Formación sobre el terreno de los vendedores.
- ✓ Motivación individualizada de los integrantes del equipo.
- ✓ Control de carácter de clientes (atención especial fidelización).
- ✓ Visitas a clientes importantes.
- ✓ Gestión de impagados, en última instancia es su responsabilidad.
- ✓ Tratamiento de reclamaciones con respecto a ventas – clientes.

Jefe de Servicio a Clientes.

Es el encargado de gestionar los antecedentes referidos a los clientes (reclamos, especificaciones, normalizaciones, etc.) procurando la entrega de respuestas técnicas confiables y rápidas.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Ingeniero en Ventas o Marketing/ carreras afines.
- ✓ Estudios complementarios: Atención a clientes, Computación
- ✓ Experiencia: que tenga 1 año de experiencia como mínimo en cargos similares.
- ✓ Experiencia en atención telefónica, Excelente dicción, Buena presencia.
- ✓ Competencias: Organizada, capacidad de negociación, Sociable.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Asegurar la correcta atención a los clientes internos y/o externos, la búsqueda de información sobre sus problemas, las alternativas para solucionarlos y su asesoramiento.
- ✓ Diseñar y mantener una estrategia de comunicación que permita al equipo de trabajo identificar claramente los objetivos del servicio ante los clientes potenciales.
- ✓ Animar y motivar al equipo de trabajo, y clientes que conforma el servicio/sección/área/unidad bajo su dirección.
- ✓ Desarrollar el equipo de personas a su cargo, por el valor estratégico que aportan a la gestión general de la organización y a los objetivos del Servicio/Área/Unidad.

Ejecutivo de Venta.

Es el supervisor de los Agentes de Ventas o Captadores cumpliendo las funciones de cancelar las remuneraciones al personal, registrar y efectuar todas las operaciones que tengan relación con los registros contables, tributarios y financieros etc.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Supervisar a los Agentes de Ventas o Captadores.
- ✓ Cancelar las remuneraciones al personal.
- ✓ Registrar y efectuar todas las operaciones que digan relación con los registros contables, tributarios y financieros etc.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Técnico en Administración de Empresas.
- ✓ Estudios complementarios: Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.
- ✓ Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Secretaria.

Es la que colabora con el gerente general en el área administrativa, siendo la encargada de la documentación de la empresa y de la atención del público, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

- ✓ Idioma: Inglés.
- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Secretariado Ejecutivo Bilingüe o Secretariado Gerencial.
- ✓ Estudios complementarios: Computación y administración.
- ✓ Experiencia: que tenga 6 meses de experiencia como mínimo en cargos similares, pudiendo después realizar cursos de perfeccionamiento.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Tomar notas o apuntes de las indicaciones que le entregue su superior.
- ✓ Confeccionar cartas, certificados y otros documentos.
- ✓ Recibir la documentación que llega a la empresa.
- ✓ Atender al público, en forma personal o vía telefónica (Fono-Fax).

Crédito y Cobranzas.

El Departamento de Créditos de una empresa es el responsable de liquidar las cuentas por cobrar de sus clientes, es decir de recuperar el importe total de las ventas al crédito que la empresa realiza. Por ende, es uno de los entes más importantes de cada empresa, ya que vela por la liquidez de la misma, al reinyectar de nuevo el capital invertido en las operaciones de crédito.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Ingeniero o Técnico en Administración de Empresas.
- ✓ Estudios complementarios: Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.

- ✓ Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Cobrador de campo.
- ✓ Cobrador telefónico.
- ✓ Encargado de archivo, administrando facturas y expedientes.
- ✓ Encargado de planificar las tareas de cobro y autorización de nuevos créditos, así como de tratar los casos críticos de cobro.

Chofer.

Es el encargado de conducir y trasladar al personal a diferentes lugares previo a los requerimientos de la dirección, como al igual del traslado de los restos mortuorios de la persona acaecida, realizando a su vez el respectivo mantenimiento del vehículo.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Educación media.
- ✓ Experiencia: 2 años mínimo.
- ✓ Licencia de chofer profesional.
- ✓ Tener conocimientos básicos sobre manejo de vehículo, mecánica, cursos de adiestramiento.
- ✓ Concentración visual

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Trasladar al personal a diferentes lugares previo a los requerimientos de la organización.
- ✓ Contribuir el traslado del fallecido hacia el Campo Santo.
- ✓ Realizar el mantenimiento del vehículo cuando este lo amerite.
- ✓ Cargar (cosas del personal eventualmente).

Agente de Venta o Captador.

Es el encargado de aumentar el número y calidad de clientes para afiliarse a la empresa y solucionar los problemas que puedan existir con respecto de ellos; además de efectuar las cobranzas.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Técnico en venta (Administrativo).
- ✓ Estudios complementarios: Administración, ventas y comercialización.
- ✓ Experiencia: que tenga 1 año de experiencia como mínimo en cargos similares.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Aumentar el número y calidad de clientes para afiliarse a la empresa.
- ✓ Visitar potenciales clientes.
- ✓ Preparar material de trabajo.
- ✓ Cobrar inscripciones y mensualidades.
- ✓ Realizar informes de ventas y otros.

- ✓ Solucionar los problemas que puedan existir con respecto al efectuar las cobranzas a los clientes; como cuotas atrasadas y no canceladas, informar sobre nuevos beneficios, etc.

Coordinador de cremación e inhumación en parcelas u osarios.

Es el encargado de la dirección, coordinación y seguimiento de los trabajos operativos, organizativos logísticos y administrativos del Campo Santo Privado; siendo responsable de que la organización funcione en forma adecuada, ordenada y a tiempo, dentro de las reglas, normas y procedimientos establecidos en los manuales y políticas institucionales.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Ingeniería en procesos o industrial.
- ✓ Estudios complementarios: Logística, Administración de Recursos Humanos, control de calidad, planeación y control de producción.
- ✓ Experiencia: que tenga 3 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Asegurar la calidad y la oportunidad en la producción de la información de cada uno de los servicios y productos.
- ✓ Vigilar el cumplimiento de las normas y procedimientos de la metodología de cada uno de los procesos tanto para la cremación como para la inhumación.
- ✓ Visitar a proveedores regionales y locales; con el fin de especificar la gama de productos y servicios; observando calidad, precio y atributos físicos de

los productos con el fin de ofrecer servicios y productos con calidad y valor agregado.

- ✓ Mantener contacto con los medios de información local y regional a fin de dar a conocer a la organización.
- ✓ Monitorear permanentemente el funcionamiento de los equipos de trabajo.
- ✓ Informar permanentemente al gerente general y en si a los miembros de la organización sobre el avance del trabajo.
- ✓ Coordinar la distribución, uso y mantenimiento del equipo exequial, y en sí de todo el equipo y maquinaria.
- ✓ Mantener una constante coordinación y comunicación con los miembros de la organización, clientes y proveedores.

Mantenimiento de las instalaciones.

Es la persona encargada de llevar a cabo una inspección sistemática de todas las instalaciones, con intervalos de control para detectar oportunamente cualquier desgaste o rotura, manteniendo los registros adecuados.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Ingeniería Civil.
- ✓ Estudios complementarios: Aplicado a conocimientos de ingeniería civil en lo referente a la elaboración de diseños, dirección, supervisión de obras de construcción y mantenimiento del área física de la institución.
- ✓ Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Elaborar anteproyectos de planos constructivos, calcular presupuesto de materiales, mano de obra y costos de los mismos.
- ✓ Revisa y repara los sistemas eléctricos en servicio.
- ✓ Programa la reparación, construcción, adiciones y mejoras.
- ✓ Controla la calidad y eficiencia en la prestación de servicios telefónicos, radio, electricidad, fontanería, limpieza de áreas verdes y aseo de las instalaciones.
- ✓ Realiza trabajos relacionados con topografía de campo y oficina.

Mantenimiento de equipos y maquinarias.

El profesional encargado de este aspecto debe conocer el funcionamiento de los equipos tanto de la cremación, como de los equipos utilizados para el servicio exequial demostrando un control y manejo adecuado de los recursos tangibles a ser reparados o mantenidos.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Ingeniería o tecnología electromecánica.
- ✓ Estudios complementarios: Conocimientos de electrónica y electricidad, seguridad, nuevas tecnologías en áreas afines al mantenimiento y reparación de maquinaria y equipos exequiales.
- ✓ Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Mantener la maquinaria en buenas condiciones de uso, durante resulte rentable su utilización.
- ✓ Establecer normas y procedimientos de control para garantizar el eficaz funcionamiento y la seguridad de máquinas, mecanismos herramientas, motores, dispositivos, instalaciones y equipos industriales.
- ✓ Organizar y dirigir el mantenimiento y reparación.
- ✓ Localizar y corregir deficiencias.
- ✓ Realizar planes de mantenimiento a corto, medio y largo plazo según las necesidades de la maquinaria y supervisar su cumplimiento.

Asistente de Servicio a Clientes.

Es el encargado de apoyar en todas las labores correspondientes del departamento de ventas, con relación a la atención de clientes de manera telefónica (reclamos, sugerencias, situaciones operacionales).

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Ingeniería o Tecnología en Marketing y Ventas.
- ✓ Estudios complementarios: Conocimientos en áreas de administración o mercadeo.
- ✓ Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Manejo del cronograma de visitas a los clientes.

- ✓ Llevar un control del proceso de quejas y reclamos, control de devoluciones de producto.
- ✓ Investigación de clientes potenciales y análisis del mercado.

Seguridad.

Es la persona que garantiza la seguridad de las personas, bienes y valores, tanto en oficinas como en las instalaciones.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Hombre edad mínima 20 años, que tenga conocimiento en defensa personal y manejo de armas.
- ✓ Preferentemente que haya cumplido el servicio militar.

Las funciones destinadas a su cargo serán las siguientes:

- ✓ Establecer sistemas de seguridad que garanticen de la mejor manera los intereses generales de la institución, así como la integridad personal de sus empleados y público en general.
- ✓ Atender con amabilidad y cortesía a las personas que visitan la institución.
- ✓ Controlar que las medidas de seguridad sean respetadas y aplicadas por los funcionarios, empleados y público en general.
- ✓ Inspecciona las instalaciones del Campo Santo para detectar posibles irregularidades y modificar las medidas de seguridad en caso de ser necesarias.
- ✓ Informa a las autoridades superiores sobre las anomalías que se encuentran durante la inspección.

Aseo/Limpieza.

Es la persona encargada de la presentación adecuada tanto en las oficinas, y espacio físico que cubre el Campo Santo Privado, manteniendo en todo momento un orden y limpieza en los materiales que utilice, teniendo permanentemente una conducta de respeto y orden frente a las normas de higiene y seguridad de la empresa.

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

- ✓ Conocer las normas de calidad, higiene y seguridad para una industria (manejo de desechos)
- ✓ El personal de aseo deberá tener los estudios secundarios y contar con la experiencia específica mayor a un (1) año en actividades relacionadas con el servicio de aseo.

Las funciones que se desarrollará:

- ✓ Limpiar, lavar, aspirar y/o sanitizar las instalaciones y equipos.
- ✓ Limpieza de zonas de parqueo de las instalaciones del Campo Santo Privado.
- ✓ Recolección de las hojas de los árboles de las instalaciones del Campo Santo Privado.

5. CAPÍTULO V

5.1. ESTUDIO FINANCIERO

El objetivo principal es establecer la viabilidad y rentabilidad financiera del proyecto del Campo Santo Privado.

Determinando para ello los ingresos, egresos, costos y gastos atribuibles a la realización del proyecto, la vida económica, el monto de la inversión requerida, así como la estructura de financiamiento, y en consecuencia, la rentabilidad generada por el mismo en términos privados.

Para ello se ordenará y se sistematizará la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores (Estudio Técnico y de Mercado) y se elaborarán los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

5.2. INVERSIÓN.

Se entiende por inversión en su más amplia concepción, el aprovechamiento de recursos escasos en forma eficiente, con el propósito de obtener rendimientos, durante un período de tiempo razonable. Todo tipo de inversiones implica de algún modo significativos desembolsos de dinero, cualesquiera fueran sus finalidades. Como quiera que las inversiones se desenvuelvan dentro de escenarios diversos, muchas veces de riesgo e incertidumbre, es preciso contar con metodología y calendarios apropiados para su mejor viabilización.²²

Es decir una inversión son todas las erogaciones necesarias para crear o incrementar la capacidad de dotación de bienes y servicios.

²² Jesús Collazos Cerrón .Inversión y Financiamiento de Proyectos. Pág. 35-36

CUADRO Nº 5.0.

INVERSIÓN INICIAL

ACTIVOS FIJO	COSTO (USD)
Terreno	250.000,00
Edificio	55.000,00
Equipo y Maquinaria	206.025,00
Muebles y Enseres	3.117,00
Equipo de Oficina	326,00
Vehículo	28.000,00
Equipo de Cómputo	2.550,00
DIFERIDO	
Gasto de Constitución	3.600,00
CAPITAL DE TRABAJO	17.781,87
TOTAL	566.399,87

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Jorge Morales

Capital de Trabajo = MOD + Gasto Administrativo + Depreciación + Gastos Generales.

Capital de Trabajo = 35.928,00 + 33.240,00 + 26.514,12 + 117.700,28

Capital de Trabajo = 213.382,40 anual.

Capital de Trabajo = 17.781,87 mensual.

El capital de trabajo son los recursos líquidos que el Campo Santo Privado requerirá para empezar con sus operaciones empresariales.

Para el Capital de Trabajo hemos considerado los gastos anuales del cuadro N° 5,6; en lo referente a la remuneración operativa, el cuadro N° 5,7 de gasto administrativo, el total de depreciación del cuadro N° 5,2, y los gastos generales (suministros de útiles y limpieza, servicios básicos, y proveedores) de los cuadros N° 5,8, 5,9, 5,10; de esta manera teniendo un saldo inicial de efectivo para iniciar las operaciones de 213.382,40 anual, y mensual de 17.781,87 de capital de trabajo.

5.3. COSTO DE TERRENO, EDIFICIO, EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES COSTO DE ACTIVOS FIJOS

CUADRO N° 5.1.

ACTIVOS FIJO	COSTO ANUAL (USD)
Terreno	250.000,00
Edificio y Construcción	55.000,00
Equipo y Maquinaria	206.025,00
Muebles y Enseres	3.117,00
Equipo de Oficina	326,00
Vehículo	28.000,00
Equipo de Cómputo	2.550,00
TOTAL	545.018,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Jorge Morales

5.4. DEPRECIACIÓN

El método a utilizarse para efectuar la correspondiente depreciación de los activos fijos es el de línea recta, tomando en consideración desde el punto de vista de la contabilidad empresarial regular.

CUADRO Nº 5.2.

DEPRECIACIÓN ANUAL DE LOS ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJO	COSTO ANUAL (USD)	AÑOS DEP.	% DEP.	DEP. ANUAL
Terreno				
Edificio y Construcción	55.000,00	20	5%	2.612,50
Equipo y Maquinaria	206.025,00	10	10%	18.542,25
Muebles y Enseres	3.117,00	10	10%	280,53
Equipo de Oficina	326,00	10	10%	29,34
Vehículo	28.000,00	5	20%	4.480,00
Equipo de Cómputo	2.550,00	3	33%	569,50
TOTAL	295.018,00			26.514,12

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Jorge Morales

$$DEPRECIACIÓN = \frac{\text{Valor.Actual} - \text{Valor.Re sidual}}{\text{VidaÚtil.enAños}}$$

$$DEPRECIACIÓN = \frac{55000 - 2750}{20}$$

$$DEPRECIACIÓN = 2.612,50$$

5.5. FINANCIAMIENTO

Deberá entenderse por financiamiento el total de los recursos requeridos para llevar a cabo las inversiones. En general, el financiamiento puede ser crediticio cuando proviene de una institución financiera; con recursos propios cuando la fuente es una aportación del promotor o de nuevas suscripciones de capital; o con recursos ajenos cuando los fondos provienen de aportaciones federales, estatales o de la comunidad, cuando esta, principalmente mediante su fuerza de trabajo, contribuye a la realización de las inversiones.

Debido al interés de las personas de que se cree un Campo Santo Privado, y debido a la significancia que representa un proyecto de tal magnitud, y el interés de accionistas por la inversión en un proyecto de gran expectativa y que para ello como se observa el grado de endeudamiento es significativo y de grandes magnitudes infraestructurales, se considerará conveniente dar a conocer el supuesto de 6 personas allegadas e interesadas que están dispuestas hacer participes de este proyecto ambicioso a aplicarse en la ciudad de Latacunga los cuales aportarán de manera voluntaria con el 16,67%, para lo cual el proyecto requerirá de dicha inversión inicial; y de lo acotado anteriormente es lo que se necesitará para que el proyecto emprenda el negocio de los servicios exequiales; dando a conocer que no se necesitará obligaciones con entidades bancarias.

CUADRO Nº 5.3.

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

DETALLE	APORTACIONES ACCIONISTAS	GRADO FINACIT. (%)	TOTAL INVERSIÓN
ACTIVOS FIJO			
Terreno	250.000,00	44,14	250.000,00
Edificio	55.000,00	9,71	55.000,00
Equipo y Maquinaria	206.025,00	36,37	206.025,00
Muebles y Enseres	3.117,00	0,55	3.117,00
Equipo de Oficina	326,00	0,06	326,00
Vehículo	28.000,00	4,94	28.000,00
Equipo de Cómputo	2.550,00	0,45	2.550,00
DIFERIDO			
Gasto de Constitución	3.600,00	0,64	3.600,00
CAPITAL DE TRABAJO	17.781,87	3,14	17.781,87
TOTAL	566.399,87	100,00	566.399,87

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Jorge Morales

5.6. PROYECCIONES DE LOS INGRESOS POR LA ASISTENCIA AL CAMPO SANTO PRIVADO.

CUADRO Nº 5.4.

**INGRESOS TOTALES DE LOS 5 AÑOS PROYECTADOS PARA EL SUPUESTO
CASO DE INHUMACIÓN**

AÑO	PART. ANUAL # HABITANTES	PRECIO PROMEDIO ANUAL (USD)	INGRESO ANUAL (USD)	VALOR + IVA 12,00% ANUAL (USD)
2008	100	2300	230.000,00	257.600,00
2009	102	2300	234.600,00	262.752,00
2010	104	2300	239.200,00	267.904,00
2011	106	2300	243.800,00	273.056,00
2012	108	2300	248.400,00	278.208,00

Fuente: Análisis del Estudio de Mercado (SPSS)

Elaborado: Jorge Morales

CUADRO Nº 5.5.

**INGRESOS TOTALES DE LOS 5 AÑOS PROYECTADOS PARA EL SUPUESTO
CASO DE CREMACIÓN**

AÑO	PART. ANUAL # HABITANTES	PRECIO PROMEDIO ANUAL (USD)	INGRESO ANUAL (USD)	VALOR + IVA 12,00% ANUAL (USD)
2008	51	1610	82.110,00	91.963,20
2009	52	1610	83.720,00	93.766,40
2010	53	1610	85.330,00	95.569,60
2011	54	1610	86.940,00	97.372,80
2012	56	1610	90.160,00	100.979,20

Fuente: Análisis del Estudio de Mercado (SPSS)

Elaborado: Jorge Morales

Considerando la fijación del precio del servicio y el número de habitantes que fallecen en un año que se definió como la demanda insatisfecha se puede establecer el nivel de ingresos que generará el proyecto en los años venideros; asumiendo a su vez que para el caso de inhumación se estimó el 66% y 34% para la cremación del total de la demanda insatisfecha que se atenderá al total de clientes que requieren el servicio exequial.

5.7. PRESUPUESTO DE COSTOS

Desde el punto de vista de la evaluación privada de proyectos, entendiéndose a la vez todas las actividades productivas; se generan costos o egresos que corresponden a la compra de insumos y pagos de factores.

Un costo es el recurso sacrificado para alcanzar un objetivo específico. En términos contables convencionales, los costos se miden como las unidades monetarias que deben pagarse por los bienes y servicios.

Dentro de los elementos del costo tenemos:

5.7.1. GASTO REMUNERACIÓN OPERATIVA

Se refieren a los pagos que reciben los profesionales que no tienen relación de dependencia con el establecimiento, es decir la mano de obra directa pero que realizan eventualmente trabajos para el mismo, como se sabe al ser una organización que brinda servicios no se incluyen costos; se lo hará por tanto como gasto remuneración operativa.

Para el establecimiento del Presupuesto del costo se tomará como referencia un promedio de crecimiento de la inflación de los últimos 5 años, el cual será del 3% anual aproximadamente extraído de los registros del Banco Central del Ecuador.

CUADRO Nº 5.6.

GASTO REMUNERACIÓN OPERATIVA

		AÑOS									
		2.008		2.009		2.010		2.011		2.012	
Nº DE TRAB.	ACTIVIDAD	SUELDO MENSUAL (USD)	SUELDO ANUAL (USD)	SUELDO MENSUAL (USD)	SUELDO ANUAL (USD)	SUELDO MENSUAL (USD)	SUELDO ANUAL (USD)	SUELDO MENSUAL (USD)	SUELDO ANUAL (USD)	SUELDO MENSUAL (USD)	SUELDO ANUAL (USD)
1	SECRETARIA	249,50	2994,00	256,99	3083,82	264,69	3176,33	272,64	3271,62	280,81	3369,77
2	CREDITO Y COBRANZAS	499,00	5988,00	513,97	6167,64	529,39	6352,67	545,27	6543,25	561,63	6739,55
2	SEGURIDAD Y MANTENIMIENTO	499,00	5988,00	513,97	6167,64	529,39	6352,67	545,27	6543,25	561,63	6739,55
1	ASEO/LIMPIEZA	249,50	2994,00	256,99	3083,82	264,69	3176,33	272,64	3271,62	280,81	3369,77
1	CHOFER	249,50	2994,00	256,99	3083,82	264,69	3176,33	272,64	3271,62	280,81	3369,77
1	ASISTENTE DE VENTAS	249,50	2994,00	256,99	3083,82	264,69	3176,33	272,64	3271,62	280,81	3369,77
1	ASISTENTE SERVICIOS A CLIENTES	249,50	2994,00	256,99	3083,82	264,69	3176,33	272,64	3271,62	280,81	3369,77
1	AGENTE DE VENTAS	249,50	2994,00	256,99	3083,82	264,69	3176,33	272,64	3271,62	280,81	3369,77
2	COORDINADOR DE SERVICIOS EXEQUIALES	499,00	5988,00	513,97	6167,64	529,39	6352,67	545,27	6543,25	561,63	6739,55
12		2.994,00	35.928,00	3083,82	37005,84	3176,33	38116,02	3271,62	39259,5	3369,77	40437,28

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Jorge Morales

*Las proyecciones se hacen en base a una inflación del 3% anual. (Estimación 2008-Revista Economía y Negocios abril 2008)

*Considerando el sueldo básico unificado que es de \$200; para ello adicionalmente incluiríamos utilidades para los trabajadores y los beneficios de las bonificaciones inscritas tanto para el décimo tercero y décimo cuarto por la ley consideraremos un sueldo promedio para los empleados operativos de \$249,50 mensuales.

5.8. PRESUPUESTO DE GASTOS

Son aquellos desembolsos realizados por el establecimiento en la obtención de servicios y materiales de oficina, para la operación del establecimiento, entre estos gastos tenemos:

5.8.1. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Es el conjunto de erogaciones incurridas en la dirección general de una empresa, en contraste con los gastos de una función más específica, como la de fabricación o la de ventas; no incluye la deducción de los ingresos.

Las partidas que se agrupan bajo este rubro varían de acuerdo con la naturaleza del negocio, aunque por regla general, abarcan los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina, la renta y demás servicios generales de oficina. Gastos normales de carácter corriente para el funcionamiento del sector central.²³

²³ www.Definición.org

CUADRO Nº 5.7.

GASTO ADMINISTRATIVO Y DE VENTAS

		AÑO									
		2.008		2.009		2.010		2.011		2.012	
Nº DE TRAB	ACTIVIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
		(USD)	(USD)	(USD)	(USD)	(USD)	(USD)	(USD)	(USD)	(USD)	(USD)
1	GERENTE GENERAL	610,00	7320,00	628,30	7539,60	647,15	7765,79	666,56	7998,76	686,56	8238,72
1	GERENTE ADMINISTRATIVO	540,00	6480,00	556,20	6674,40	572,89	6874,63	590,07	7080,87	607,77	7293,30
1	JEFE DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS	540,00	6480,00	556,20	6674,40	572,89	6874,63	590,07	7080,87	607,77	7293,30
1	JEFE DEL SERVICIO A CLIENTES	540,00	6480,00	556,20	6674,40	572,89	6874,63	590,07	7080,87	607,77	7293,30
1	VENTAS	540,00	6480,00	556,20	6674,40	572,89	6874,63	590,07	7080,87	607,77	7293,30
5	5	2770,00	33240,00	2853,10	34237,20	2938,71	35264,31	3026,84	36322,24	3117,64	37411,92

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Jorge Morales

*Las proyecciones se hacen en base a una inflación del 3% anual. (Estimación 2008-Revista Economía y Negocios abril 2008)

5.8.2. GASTOS GENERALES

CUADRO Nº 5.8.

SUMINISTROS Y ÚTILES DE LIMPIEZA

DESCRIPCIÓN	AÑO									
	2.008		2.009		2.010		2.011		2.012	
	GASTO MENSUAL (USD)	GASTO ANUAL (USD)	GASTO MENSUAL (USD)	GASTO ANUAL (USD)	GASTO MENSUAL (USD)	GASTO ANUAL (USD)	GASTO MENSUAL (USD)	GASTO ANUAL (USD)	GASTO MENSUAL (USD)	GASTO ANUAL (USD)
Útiles de escritorio	60,00	720,00	61,80	741,60	63,65	763,85	65,56	786,76	67,53	810,37
Útiles de limpieza	85,00	1020,00	87,55	1050,60	90,18	1082,12	92,88	1114,58	95,67	1148,02
Utilería	550,00	6600,00	566,50	6798,00	583,50	7001,94	601,00	7212,00	619,03	7428,36
TOTAL	695,00	8340,00	715,85	8590,20	737,33	8847,91	759,45	9113,34	782,23	9386,74

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Jorge Morales

*Las proyecciones se hacen en base a una inflación del 3% anual. (Estimación 2008-Revista Economía y Negocios abril 2008)

CUADRO Nº 5.9.

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO									
	2.008		2.009		2.010		2.011		2.012	
	PAGO MENSUAL (USD)	PAGO ANUAL (USD)	PAGO MENSUAL (USD)	PAGO ANUAL (USD)	PAGO MENSUAL (USD)	PAGO ANUAL (USD)	PAGO MENSUAL (USD)	PAGO ANUAL (USD)	PAGO MENSUAL (USD)	PAGO ANUAL (USD)
Energía eléctrica	119,00	1428,00	122,57	1470,84	126,25	1514,97	130,03	1560,41	133,94	1607,23
Teléfono fijo	62,65	751,80	64,53	774,35	66,47	797,58	68,46	821,51	70,51	846,16
Agua Potable	81,00	972,00	83,43	1001,16	85,93	1031,19	88,51	1062,13	91,17	1093,99
TOTAL	262,65	3151,80	270,53	3246,35	278,65	3343,74	287,00	3444,06	295,61	3547,38

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Jorge Morales

*Las proyecciones se hacen en base a una inflación del 3% anual. (Estimación 2008-Revista Economía y Negocios abril 2008)

CUADRO N° 5.10.

GASTO PROVEEDORES

DESCRIPCIÓN	2.008		2.009		2.010		2.011		2.012	
	GASTO MENSUAL (USD)	GASTO ANUAL (USD)	GASTO MENSUAL (USD)	GASTO ANUAL (USD)	GASTO MENSUAL (USD)	GASTO ANUAL (USD)	GASTO MENSUAL (USD)	GASTO ANUAL (USD)	GASTO MENSUAL (USD)	GASTO ANUAL (USD)
Gasto Proveedores/servicios exequiales	8.850,71	106.208,48	9.116,23	109.394,73	9.389,71	112.676,58	9.671,41	116.056,87	9.961,55	119.538,58
TOTAL	8.850,71	106.208,48	9.116,23	109.394,73	9.389,71	112.676,58	9.671,41	116.056,87	9.961,55	119.538,58

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Jorge Morales

*Las proyecciones se hacen en base a una inflación del 3% anual. (Estimación 2008-Revista Economía y Negocios abril 2008)

5.9. PRESUPUESTO EGRESOS.

CUADRO Nº 5.11.

ESTRUCTURA DE EGRESOS

ESTRUCTURA DE EGRESOS	AÑO				
	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
Gastos Administrativos y Ventas	33.240,00	34.237,20	35.264,31	36.322,24	37.411,92
Gastos Remuneración	35.928,00	37.005,84	38.116,02	39.259,50	40.437,28
Gastos Generales	117.700,28	121.231,28	124.868,23	128.614,27	132.472,70
Suministros y útiles de limpieza	8.340,00	8.590,20	8.847,91	9.113,34	9.386,74
Servicios Básicos	3.151,80	3.246,35	3.343,74	3.444,06	3.547,38
Gasto Proveedores servicios exequiales	106.208,48	109.394,73	112.676,58	116.056,87	119.538,58
Depreciaciones	26.514,12	26.514,12	26.514,12	26.514,12	26.514,12
TOTAL	213.382,40	218.988,44	224.762,68	230.710,13	236.836,02

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Jorge Morales

5.10. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Los estados financieros revelan las operaciones cuantificables de una entidad económica y representan el producto final del proceso contable; informando sobre el desempeño financiero del negocio, su rentabilidad y su liquidez.²⁴

5.10.1. BALANCE GENERAL

“Es un informe contable que ordena sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado”²⁵

²⁴ GERARDO GUAJARDO CANTÚ. Fundamentos de la Contabilidad..pag.242.

²⁵ Guía para Crear y Desarrollar su Propia Empresa, Gary Flor García, Segunda edición., Editorial Ecuador, F.B.T. Pág. No 123

BALANCE GENERAL PROYECTADO
CUADRO N° 5.12.

Cuentas	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE	17.781,87	177.290,44	278.922,50	381.471,48	484.487,18	589.673,71
Disponible						
Caja-Bancos	17.781,87	177.290,44	278.922,50	381.471,48	484.487,18	589.673,71
ACTIVO FIJO	545.018,00	518.503,88	491.989,76	465.475,64	438.961,52	412.447,40
No depreciable	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00
Terrenos	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00
Depreciable	295.018,00	268.503,88	241.989,76	215.475,64	188.961,52	162.447,40
Instalaciones y Construcción	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00
(Depreciación Acumulada Instalaciones y Construcción)	-	2.612,50	5.225,00	7.837,50	10.450,00	13.062,50
Equipo y Maquinaria	206.025,00	206.025,00	206.025,00	206.025,00	206.025,00	206.025,00
(Depreciación Acumulada Equipo y Maquinaria)	-	18.542,25	37.084,50	55.626,75	74.169,00	92.711,25
Muebles y Enseres	3.117,00	3.117,00	3.117,00	3.117,00	3.117,00	3.117,00
(Depreciación Acumulada Muebles y Enseres)	-	280,53	561,06	841,59	1.122,12	1.402,65
Equipo de Oficina	326,00	326,00	326,00	326,00	326,00	326,00
(Depreciación Acumulada Equipo de Oficina)	-	29,34	58,68	88,02	117,36	146,70
Equipo de Cómputo	2.550,00	2.550,00	2.550,00	2.550,00	2.550,00	2.550,00
(Depreciación Acumulada Equipo Cómputo)	-	569,50	1.139,00	1.708,50	2.278,00	2.847,50
Vehículo	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00	28.000,00
(Depreciación Acumulada Vehículo)	-	4.480,00	8.960,00	13.440,00	17.920,00	22.400,00
OTROS ACTIVOS	3.600,00	2.880,00	2.160,00	1.440,00	720,00	0,00
Diferidos						
Gasto Constitución	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
(Amortización Gasto de Constitución)	-	720,00	1.440,00	2.160,00	2.880,00	3.600,00
TOTAL ACTIVO	566.399,87	698.674,32	773.072,26	848.387,12	924.168,70	1.002.121,11
PASIVO						
A corto plazo		46.583,28	46.792,21	47.220,31	47.585,62	48.539,90
15% participacion Trab.	-	19.275,84	19.362,29	19.539,44	19.690,60	20.085,48
Impuestos por Pagar	-	27.307,44	27.429,92	27.680,87	27.895,02	28.454,43
A largo plazo		12.288,35	12.343,46	12.456,39	12.552,76	12.804,49
Dividendos por Pagar	-	12.288,35	12.343,46	12.456,39	12.552,76	12.804,49
TOTAL PASIVO		58.871,63	59.135,67	59.676,70	60.138,38	61.344,39
PATRIMONIO						
Capital social	566.399,87	566.399,87	566.399,87	566.399,87	566.399,87	566.399,87
Utilidad acumulada		0,00	73.402,82	147.536,72	222.310,55	297.630,45
Utilidad del ejercicio		73.402,82	74.133,90	74.773,83	75.319,90	76.746,40
TOTAL PATRIMONIO	566.399,87	639.802,69	713.936,59	788.710,42	864.030,32	940.776,72
TOTAL PASIVO Y PATR.	566.399,87	698.674,32	773.072,26	848.387,12	924.168,70	1.002.121,11

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO: Jorge Morales

5.10.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

“Es un informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de Rentas Costos y Gastos, para determinar el resultado económico de una empresa durante un período determinado de tiempo”²⁶

El cuadro N° 5.13; detalla el estado de resultados proyectado para los próximos cinco años, el mismo que arroja un rubro de utilidad neta que va creciendo con transcurso de los mismos, debido a la aplicación del porcentaje de inflación esperada, que se considerará con un escenario del 3% anual.

CUADRO N° 5.13.

ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
INGRESOS	349.563,20	356.518,40	363.473,60	370.428,80	379.187,20
EGRESOS	214.102,40	219.708,44	225.482,68	231.430,13	237.556,02
Gastos Operacionales	33.240,00	34.237,20	35.264,31	36.322,24	37.411,92
Gastos de Remuneración	35.928,00	37.005,84	38.116,02	39.259,50	40.437,28
Gastos Generales	117.700,28	121.231,28	124.868,23	128.614,27	132.472,70
Amortización Constitución	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Depreciaciones	26.514,12	26.514,12	26.514,12	26.514,12	26.514,12
Utilidad Operacional	135.460,80	136.809,96	137.990,92	138.998,67	141.631,18
Utilidad Antes de Impuestos	135.460,80	136.809,96	137.990,92	138.998,67	141.631,18
Participación Trabajadores (15%)	20.319,12	20.521,49	20.698,64	20.849,80	21.244,68
Utilidad Después de participación	115.141,68	116.288,47	117.292,28	118.148,87	120.386,50
Impuesto a la Renta (25%)	28.785,42	29.072,12	29.323,07	29.537,22	30.096,63
UTILIDAD NETA	86.356,26	87.216,35	87.969,21	88.611,65	90.289,88
Dividendos Accionista (15%)	12.953,44	13.082,45	13.195,38	13.291,75	13.543,48
UTILIDAD DESPUÉS DE DIVIDENDOS	73.402,82	74.133,90	74.773,83	75.319,90	76.746,40

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO: Jorge Morales

5.10.3. FLUJO DE EFECTIVO.

²⁶ Guía para Crear y Desarrollar su Propia Empresa, Gary Flor García, Segunda edición., Editorial Ecuador, F.B.T. Pág. No 121

*Para los ingresos se considerará la sumatoria anual tanto para el caso de la cremación, e inhumación correspondiente a los cuadros N° 5,5 y 5,6.

Representa los desembolsos e ingresos de efectivo reales que tendrá la institución anualmente, y mediante este se obtiene el saldo de caja que se registra en el balance de situación general” ²⁷

²⁷ Guía para Crear y Desarrollar su Propia Empresa, Gary Flor García, Segunda edición., Editorial Ecuador, F.B.T. Pág. No 119

**CUADRO Nº 5.14.
FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO**

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	0	349.563,20	356.518,40	363.473,60	370.428,80	379.187,20
Ingresos por Ventas		349.563,20	356.518,40	363.473,60	370.428,80	379.187,20
B. EGRESOS OPERACIONALES	0	186.868,28	192.474,32	198.248,56	204.196,01	210.321,90
Gastos Operacionales		33.240,00	34.237,20	35.264,31	36.322,24	37.411,92
Gastos de Remuneración		35.928,00	37.005,84	38.116,02	39.259,50	40.437,28
Gastos Generales		117.700,28	121.231,28	124.868,23	128.614,27	132.472,70
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	0	162.694,92	164.044,08	165.225,04	166.232,79	168.865,30
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	566.399,87	27.234,12	27.234,12	27.234,12	27.234,12	27.234,12
Aportes de capital	566.399,87					
Amortización Constitución		720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Depreciaciones		26.514,12	26.514,12	26.514,12	26.514,12	26.514,12
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	566.399,87	47.443,32	47.652,24	48.080,34	48.445,65	49.399,93
Pago participación de utilidades		19.631,72	19.718,17	19.895,31	20.046,48	20.441,35
Pago de impuestos		27.811,60	27.934,07	28.185,03	28.399,17	28.958,58
Adquisición de activos fijos	545.018,00					
Terrenos	250.000,00					
Edificios	55.000,00					
Maquinaria y equipos	206.025,00					
Muebles y enseres	3.117,00					
Equipo de oficina	326,00					
Vehículo	28.000,00					
Equipo de computo	2.550,00					
Cargos Diferidos	3.600,00					
Capital de Trabajo	17.781,87					
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	0	(20.209,20)	(20.418,12)	(20.846,22)	(21.211,53)	(22.165,81)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	0	142.485,72	143.625,96	144.378,82	145.021,26	146.699,49
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0	17.781,87	160.267,59	303.893,55	448.272,37	593.293,63
I. SALDO FINAL DE CAJA	0	160.267,59	303.893,55	448.272,37	593.293,63	739.993,12

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORADO: Jorge Morales

5.10.4. RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras son pruebas numéricas que se expresan en forma de indicador o índice. Se utilizan para hacer análisis de los estados financieros y establecer parámetros de base para una toma de decisiones.

CUADRO Nº 5.15.

RAZONES FINANCIERAS PROYECTADAS

RAZONES FINANCIERAS	EXPRESIÓN	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
1. RAZONES DE LIQUIDEZ						
Capital de Trabajo Neto (AC-PC)	\$	130.707,16	232.130,29	334.251,17	436.901,56	541.133,81
Índice de Solvencia (Razón Corriente) (AT/PT)	veces	3,81	5,96	8,08	10,18	12,15
2. RAZONES PATRIMONIALES Y DE SOLIDEZ						
Solidez (Pasivo Total/Activo Total)	%	8,43%	7,65%	7,03%	6,51%	6,12%
Índice Patrimonial (PATR/AT)	%	91,57%	92,35%	92,97%	93,49%	93,88%
3. RAZONES DE RENTABILIDAD						
Margen de Utilidad/Ventas (UN/Y)	%	24,70%	24,46%	24,20%	23,92%	23,81%
Rentabilidad/Patrimonio (UN/PTR)	%	13,50%	12,22%	11,15%	10,26%	9,60%
Rentabilidad/Activo Total (UN/AT)	%	10,51%	9,59%	8,81%	8,15%	7,66%

FUENTE: Estado de Resultados, Balance General, Flujo de Efectivo

ELABORADO: Jorge Morales

1. RAZONES DE LIQUIDEZ

- ✓ El Capital de Trabajo Neto permite conocer la capacidad financiera de la empresa para responder obligaciones con terceros, es decir; la empresa cuenta con \$130.707,16 para afrontar cualquier tipo de deuda u obligación con terceros.
- ✓ El Índice de Solvencia permite identificar la capacidad de pago de obligaciones de la empresa en el corto plazo; es decir; la empresa para el primer año de operación dispone con \$3,81 en el activo por cada dólar de

pasivo que adeuda. Mientras mayor a 1 sea la prueba de liquidez, existe más seguridad de que los pasivos sean pagados si los activos se pueden convertir en efectivo.

2. RAZONES PATRIMONIALES Y DE SOLIDEZ

- ✓ El índice de solidez permite determinar el porcentaje de los activos de la empresa que han sido financiados; es decir, que los activos del Campo Santo Privado han sido financiados con el 8,43%.
- ✓ El índice Patrimonial sirve para determinar la solvencia de la empresa, en donde el 91,57% del activo total fue financiado por el patrimonio.

3. RAZONES DE RENTABILIDAD

- ✓ Es el grupo de razones que muestran el efecto de la liquidez, la administración de los activos y la administración de la deuda sobre los resultados operativos.
- ✓ El Margen de Utilidad/Ventas determina el margen promedio en que opera toda la organización, en este caso la empresa gana un 24,70% de utilidad sobre las ventas, es decir; todo lo que la empresa ha logrado hacer después de pagar todas las obligaciones pendientes.
- ✓ La rentabilidad/Patrimonio muestra la relación de la ganancia que tuvo la empresa en el ejercicio frente al patrimonio, es decir representa que por cada dólar invertido se obtiene un 13,50% de ganancia.
- ✓ La Rentabilidad/Activo Total representa que por cada dólar que es invertido, genera la forma en que cómo se utilizan los activos para obtener una rentabilidad; es decir; que el 10,51% del activo está generando una rentabilidad.

6. CAPÍTULO VI

6.1. LA EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera busca sistematizar la información relevante y útil para el proceso de toma de decisiones; describe la viabilidad del proyecto a la luz de unos criterios particulares y plantea las recomendaciones correspondientes.

Construyendo a la vez los flujos de efectivo (ingresos y egresos) con los precios vigentes en los mercados y, con base en algún indicador financiero, se toma la decisión que permita obtener el mayor beneficio neto posible.

Para la evaluación financiera se ha considerado cuatro parámetros los mismos que comúnmente determinan la viabilidad del proyecto:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- ✓ Valor Actual Neto.
- ✓ Tasa Interna de Retorno.
- ✓ Período de Recuperación.
- ✓ Relación Beneficio- Costo.

6.2. ESTRUCTURA DE COSTOS.

6.2.1. COSTOS FIJOS

Los costos fijos son aquellos que no dependen del nivel de ventas; para el presente proyecto se considera a los siguientes:

CUADRO N° 6.0.

COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
Gastos Remuneración	69.168,00	71.243,04	73.380,33	75.581,74	77.849,20
Depreciaciones	26.514,12	26.514,12	26.514,12	26.514,12	26.514,12
TOTAL	95.682,12	97.757,16	99.894,45	102.095,86	104.363,32

Fuente: Estado de Resultados

Elaborado: Jorge Morales

6.2.2. COSTOS VARIABLES

Son los que están directamente involucrados con la producción y venta de los artículos, por lo que tienden a variar con el volumen de la producción; para el presente proyecto se considerara los siguientes:

CUADRO N° 6.1.

COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
Gastos Generales	11.491,80	11.836,55	12.191,65	12.557,40	12.934,12
Suministros y útiles de limpieza	8.340,00	8.590,20	8.847,91	9.113,34	9.386,74
Servicios básicos	3.151,80	3.246,35	3.343,74	3.444,06	3.547,38
Proveedores/servicios exequiales	106.208,48	109.394,73	112.676,58	116.056,87	119.538,58
TOTAL	117.700,28	121.231,28	124.868,23	128.614,27	132.472,70

Fuente: Estado de Resultados

Elaborado: Jorge Morales

6.2.3. COSTO TOTAL

Son los costos totales incurridos en la operación de una empresa durante un periodo dado, se cuantifican sumando sus costos fijos y variables, expresándose esta relación según se indica a continuación:

CUADRO Nº 6.2.

COSTO TOTAL

COSTO TOTAL	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
COSTOS FIJOS	95.682,12	97.757,16	99.894,45	102.095,86	104.363,32
COSTOS VARIABLES	117.700,28	121.231,28	124.868,23	128.614,27	132.472,70
TOTAL	213.382,40	218.988,44	224.762,68	230.710,13	236.836,02

Fuente: Estado de Resultados

Elaborado: Jorge Morales

6.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el volumen de ventas por el cual no se obtiene ni pérdida ni ganancia, además se puede calcular por unidades atendidas, para nuestro proyecto se ha definido la siguiente fórmula para el cálculo del punto de equilibrio.

6.3.1. CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = \frac{Costo_Fijo}{1 - \frac{Costo_Variable}{Ingresos}} *$$

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = \frac{95.682,12}{1 - \frac{117.700,28}{349.563,20}}$$

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = \$144.253,11$$

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = \frac{P.E(\$)}{\frac{12 \text{ MESES}}{PRECIO_DE_VENTA}}$$

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = \frac{144.253,11}{\frac{12}{2300}}$$

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = 5,23 \quad \text{Fallecidos (inhumación)}$$

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = \frac{144.253,11}{\frac{12}{1610}}$$

$$PUNTO_DE_EQUILIBRIO = 7,47 \quad \text{Fallecidos (Cremación)}$$

*Los ingresos se consideraron de la sumatoria tanto de los Cuadro N° 5.4, y Cuadro N° 5.5 respectivamente de los años en curso.

Para el cálculo del punto de equilibrio se consideró los totales de los costos fijos cuadro N° 6.0, costos variables cuadro N° 6.1, y de los totales de los ingresos por la venta de los servicios exequiales tanto para la inhumación como para la cremación cuadro N° 5.4, cuadro N° 5.5 respectivamente de los años en curso; obteniendo mediante la fórmula en cuestión el punto de equilibrio que es igual a 144.253,11 dólares anuales el cual representa la cantidad monetaria que es necesario vender, a fin de alcanzar el nivel financiero de la empresa sin utilidades ni pérdidas.

Asimismo, se cálculo la cantidad de unidades físicas que es necesario producir y vender, a fin de alcanzar el nivel de operación de la empresa sin utilidades ni pérdidas; en el cual se considero el punto de equilibrio en dólares, los meses y el precio de venta de cada uno de los servicios exequiales; siendo para nuestro caso 5 inhumaciones y 7 cremaciones suscitadas en un mes.

CUADRO N° 6.3.

PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
DÓLARES (\$)	144.253,11	149.660,66	155.408,12	161.525,81	168.047,78
FALLECIDOS(Cremación)	7,47	7,75	8,04	8,36	8,70
FALLECIDOS(Inhumación)	5,23	5,42	5,63	5,85	6,09

FUENTE: Estado de Resultados

ELABORADO: Jorge Morales

6.4. VALOR ACTUAL NETO

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros. El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado. La obtención del VAN constituye una herramienta

fundamental para la evaluación y gerencia de proyectos, así como para la administración financiera.²⁸

Este criterio plantea que con un VAN > a 0 la inversión produciría ganancias y el proyecto puede aceptarse, con un VAN < a 0 la inversión produciría pérdidas y el proyecto debería rechazarse, y con un VAN = a 0 la inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas dado que el proyecto no agrega valor monetario, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Es dado que para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, lo cual dará el resultado que el VAN sea mayor que cero.

Para obtener el Valor Actual Neto se debe considerar una tasa de descuento que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir en otro proyecto o inversión, de tal forma que se consideró un escenario pesimista; así se analiza la factibilidad con un costo de oportunidad del 13% anual considerando que es la tasa de interés activa máxima o referencial estimada por el Banco Central del Ecuador (Estimación 2008).

$$VAN = -INVERSIÓN + \frac{F.E1}{(1+i)^1} + \frac{F.E2}{(1+i)^2} + \frac{F.E3}{(1+i)^3} + \frac{F.E4}{(1+i)^4} + \frac{F.E5 *}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -566.399,87 + \frac{160.267,59}{(+0,13)^1} + \frac{303.893,55}{(+0,13)^2} + \frac{448.272,37}{(+0,13)^3} + \frac{593.293,63}{(+0,13)^4} + \frac{739.993,12}{(+0,13)^5}$$

$$VAN = 787.269,94$$

²⁸ Wikipedia, la enciclopedia libre.mht

*F.E. representa los flujos de efectivo proyectados considerados en el CUADRO N° 5.15.

El resultado del VAN del proyecto significa que invirtiendo US\$ 566.399,87 con los flujos de efectivo anuales que se presenta en el cuadro N° 5,15; y con una tasa mínima aceptable de rendimiento del 13% el proyecto produce US\$ 787.269,94 más que si se hubiese depositado utilizado este dinero en otra alternativa, al ser un valor positivo se concluye que el proyecto es factible.

6.5. TASA INTERNA DE RETORNO

“Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala a los flujos descontados a la inversión inicial (Rentabilidad de un proyecto)”²⁹

La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en periodos regulares.

Se calcula utilizando un sistema de aproximaciones sucesivas, partiendo de una tasa de descuento inicial que se establece en forma subjetiva, la misma que se va ajustando hasta obtener dos tasas que den como resultado un VAN positivo o un VAN negativo, y luego por interpolación se calcula la TIR o a través de las funciones que ofrece Microsoft Excel, existente en el software de las computadores, como a continuación se presenta:

VAN = 0

$$0 = -\text{INVERSIÓN} + \frac{\text{F.E1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{F.E2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{F.E3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{F.E4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{F.E5}}{(1+i)^5}$$

²⁹ Evaluación de Proyectos, Gabriel Baca Urbina, Cuarta edición, Graw – Hill Interamericana Editores, Pág. No 216

$$VAN = -566.399,87 + \frac{160.267,59}{(1+0,13)^1} + \frac{303.893,55}{(1+0,13)^2} + \frac{448.272,37}{(1+0,13)^3} + \frac{593.293,63}{(1+0,13)^4} + \frac{739.993,12}{(1+0,13)^5}$$

$$TIR = 52\%$$

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es del 52% que es superior la tasa de oportunidad del 13%, lo cual indica que el proyecto es favorable.

6.6. PERÌODO DE RECUPERACIÓN

Es el plazo que transcurre antes de que se recupere el costo original de una inversión a partir de los flujos de efectivo esperados.³⁰

$$PR = \frac{\text{Inversión Fija Inicial} *}{\text{Flujo de Efectivo Anual}}$$

$$PR = \frac{566.399,87}{160.267,59}$$

$$PR = 3,53$$

Considerándose la suma de los flujos de fondos proyectados, la inversión se recupera en 3 años, 4 meses, 2 días.

6.7. RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

La relación Beneficio/costo está representada por la relación Ingresos (Flujos de Efectivo) / Egresos (Inversión).

³⁰ Fundamentos de la administración financiera. Doceava Edición. Scott Besley-Eugene F. Brigham.pág.385

* Inversión inicial CUADRO N° 5.0.

*Sumatoria de los totales de los flujos de efectivo proyectados CUADRO N° 5.15.

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

$B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

$B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.

$B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

$$B / C = \frac{\sum \text{Flujos de Fondos}^*}{\text{Inversión}}$$

$$B / C = \frac{1456014,86}{566.399,87}$$

$$B / C = 2,57$$

Para el proyecto el costo beneficio es igual a \$2,57, significa que por cada dólar invertido, el proyecto genera \$1,57 adicionales; es decir que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

6.8. Análisis de Sensibilidad

Al analizar y evaluar los parámetros mencionados anteriormente se puede concluir que el proyecto de la creación del Campo Santo Privado en la ciudad de Latacunga es factible.

*Sumatoria Flujos de Fondos Cuadro N° 5,14.

CUADRO N° 6.4.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

INDICADORES	EVALUACIÓN	DECISIÓN
Período de Recuperación	3 años, 4 meses, 2 días	Favorable
Tasa Interna de Retorno	52%	Favorable
Valor Presente Neto	\$787.269,94	Favorable
Costo/Beneficio	recibe \$1,57	Favorable

Fuente: Evaluación Financiera

Elaborado: Jorge Morales

En base a la Evaluación Financiera, se puede concluir de manera acertada que la creación y ejecución del presente proyecto es factible; ya que con una inversión moderada de \$566.399,87, dicha inversión se la puede recuperar en el plazo no mayor de 3 años, 4 meses con 2 días hábiles.

7. CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

- ✓ De acuerdo al análisis situacional en lo concerniente a la creación de un Campo Santo Privado se pudo observar que es una nueva propuesta de negocio ya que debido a la falta de espacio y a la falta de servicios exequiales de alta calidad que requiere un evento de tal significancia resulta evidente la posibilidad de que en la ciudad de Latacunga se cree un Campo Santo Privado que contribuya al descanso de nuestros seres queridos en un ambiente de tranquilidad y armonía, proponiendo a nuestros clientes las expectativas de ofrecer y garantizar un servicio de calidad con diferentes opciones en lo que se refiere al servicio, producto, y planes de financiamiento.

- ✓ En la investigación del Estudio de Mercado se pudo determinar que el 78,71% de la Población Económicamente Activa (PEA), de la zona urbana de la ciudad de Latacunga sostiene que está de acuerdo con la creación del Campo Santo Privado en la localidad, se estableció precios accesibles para nuestra puesta en marcha en el negocio con precios que para la inhumación se consideró de \$2200 y para la cremación de \$1610 precios incluidos servicios adicionales, a su vez se determinó que las personas que han solicitado servicios exequiales privados en la localidad se encuentra en un 61,28%; por lo cual se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha y por ende el proyecto será viable.

- ✓ A través del Estudio Técnico se determinó la ubicación óptima del Campo Santo Privado en el sector establecido de "Locoa" lugar que se considera de fácil acceso para nuestros usuarios además de contar con todos los servicios básicos para brindar un servicio de alta calidad, y la

comodidad y los requerimientos que cuenta la capacidad del terreno, de esta manera contribuyendo para que las actividades se puedan cumplir con normalidad, para ello se deberá considerar para la optimización del servicio, de contar con el recurso humano apropiado y tecnología adecuada para controlar de mejor manera el medio ambiente.

- ✓ En el Estudio de Ingeniería del Servicio se analizó la correcta distribución física de las instalaciones y equipo de tal manera que se optimice la utilización del espacio disponible de esta manera poder formar un ambiente propicio para las actividades de trabajo, así como también se determinó el personal requerido para los diferentes puestos.
- ✓ La empresa a organizarse como sea ha respondido con un capital social de 566.399,87 USD; dicho capital constituye un respaldo para los acreedores y mayor seguridad para los accionistas quienes de algún modo tendrán el control de la empresa; a su vez el capital está asumido en títulos enajenables que se pueden vender o enajenar o adquirir mediante las acciones en el mercado de valores; la responsabilidad se hace hasta el porcentaje de participación.
- ✓ Mediante el Estudio Administrativo se pudo identificar la estructura organizacional más idónea que se ajuste a las condiciones y requerimientos de la empresa, estableciendo funciones personalizadas, evitando de esta manera la duplicidad en las tareas delegadas y una mayor agilidad en el proceso.
- ✓ El Estudio Financiero indica el total de la inversión inicial para cada uno de sus requerimientos, determinado de esta manera la fuente y el grado de financiamiento necesario para el funcionamiento adecuado de la

empresa; en este caso se consideró una inversión inicial de 566.399,87 USD, considerando todos los recursos necesarios, y su financiamiento a través de accionistas.

- ✓ En la evaluación financiera se determinó la viabilidad para la puesta en marcha del proyecto, se calculó el valor actual neto, la tasa interna de retorno y la relación beneficio–costo, los mismos que al estar íntimamente relacionados arrojaron los siguientes resultados: un VAN de 787.269,94 USD; el cual es positivo, una tasa interna de retorno del 52% mayor que el costo de oportunidad del capital y la relación beneficio – costo es mayor que uno; siendo este del 1,57 USD lo cual indica la plena factibilidad del proyecto.

7.2. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda la aplicación del proyecto siendo su evaluación muy positiva; gracias a su localización estratégica y a las encuestas realizadas tendrá una gran acogida ya que se creará un servicio diferente y variado que ahorrará tiempo facilitando las cuestiones fúnebres.
- ✓ Crear programas continuos de capacitación a todo el personal involucrado en los procesos de la empresa, con la finalidad de obtener aportes creativos y poder brindar un servicio de alta calidad.
- ✓ Diseñar un plan de publicidad que permita especializar estrategias para captar y mantener clientes potenciales, aprovechando la información proveniente del estudio de mercado de esta investigación.
- ✓ Realizar constantemente investigaciones de mercado que permita determinar las necesidades del mercado objetivo para entrar en un

proceso de mejoramiento continuó y así determinar los servicios exequiales que prefiere nuestros clientes potenciales.

- ✓ Desarrollar la capacidad de las instalaciones; modernizándose mediante las ultimas exigencias tecnológicas que requiere un Campo Santo Privado, ya sea en infraestructura y equipos.

- ✓ Presentar conductas exequiales nuevas que se presentan en la actualidad y que el sector funerario ha ido desarrollando con el fin de mejorar nuestro servicio logrando que con productos y servicios de calidad los clientes se sientan satisfechos.

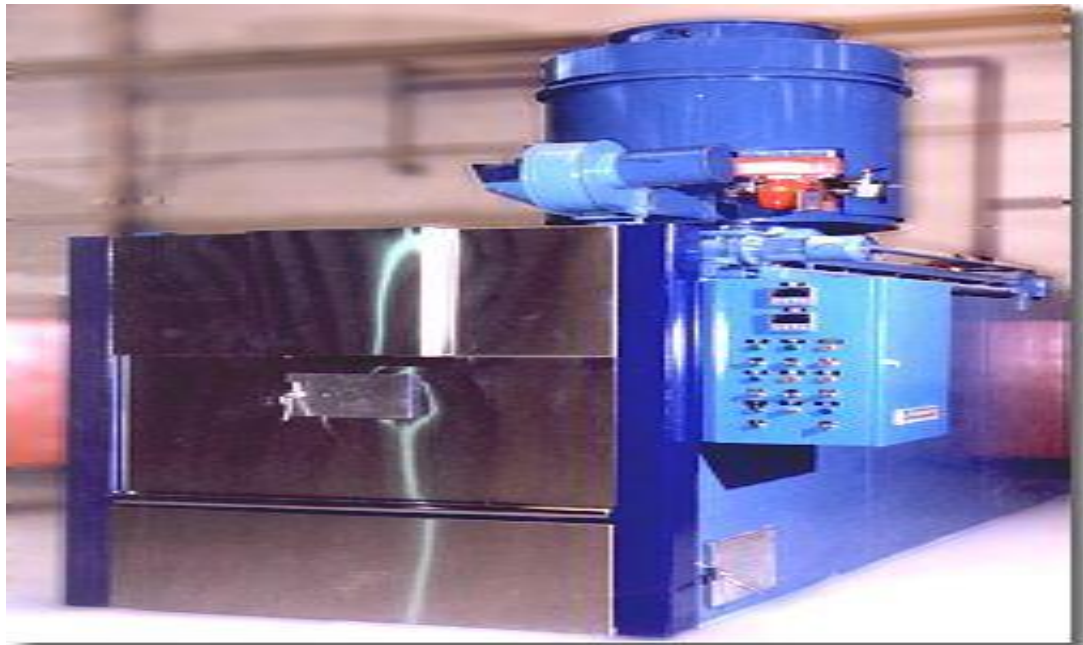
ANEXOS

ANEXO 1

Área de Parcelas



Horno Crematorio



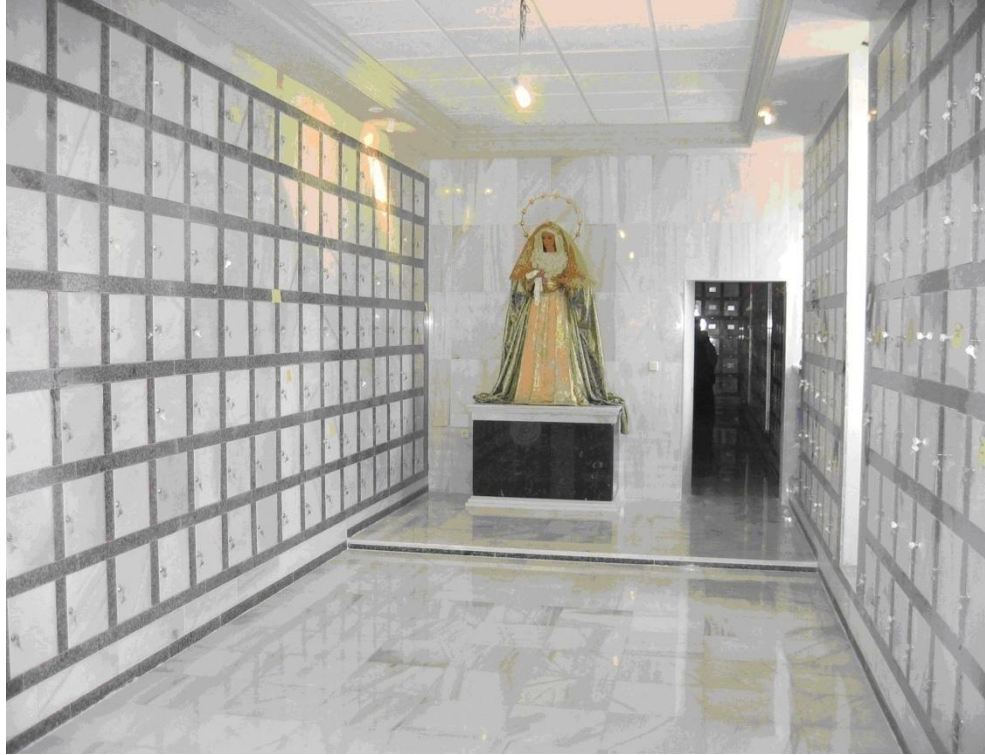
Procesador de Restos Calcinados



Sala De Velación



Columbarios



ANEXO 2

DE LA COMPAÑÍA ANONIMA

1. CONCEPTO, CARACTERISTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente.

2. DE LA CAPACIDAD

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

3. DE LA FUNDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

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

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

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

Art. 148.- La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

Art. 149.- Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción.

Art. 150.- 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.

Art. 151.- Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución. La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el

Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Art. 152.- El extracto de la escritura será elaborado por la Superintendencia de Compañías y contendrá los datos que se establezcan en el reglamento que formulará para el efecto.

Art. 153.- Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá, además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- h) El domicilio de la compañía.

Art. 154.- Los suscriptores no podrán modificar el estatuto ni las condiciones de promoción antes de la autorización de la escritura definitiva.

Art. 155.- La escritura pública que contenga el convenio de promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse, serán aprobados por la Superintendencia de Compañías, inscritos y publicados en la forma determinada en los Arts. 151 y 152 de esta Ley.

Art. 156.- Suscrito el capital social, un notario dará fe del hecho firmando en el duplicado de los boletines de suscripción.

Los promotores convocarán por la prensa, con no menos de ocho ni más de quince días de anticipación, a la junta general constitutiva, una vez transcurrido el plazo para el pago de la parte de las acciones que debe ser cubierto para la constitución de la compañía.

Dicha junta general se ocupará de:

- a) Comprobar el depósito bancario de las partes pagadas del capital suscrito;
- b) Examinar y, en su caso, comprobar el avalúo de los bienes distintos del numerario que uno o más socios se hubieren obligado a aportar. Los suscriptores no tendrán derecho a votar con relación a sus respectivas aportaciones en especie;
- c) Deliberar acerca de los derechos y ventajas reservados a los promotores;
- d) Acordar el nombramiento de los administradores si conforme al contrato de promoción deben ser designados en el acto constitutivo; y,
- e) Designar las personas que deberán otorgar la escritura de constitución definitiva de la compañía.

Art. 157.- En las juntas generales para la constitución de la compañía cada suscriptor tendrá derecho a tantos votos como acciones hayan de corresponderle con arreglo a su aportación. Los acuerdos se tomarán por una mayoría integrada, por lo menos, por la cuarta parte de los suscriptores concurrentes a la junta, que representen como mínimo la cuarta parte del capital suscrito.

Art. 158.- Dentro de los treinta días posteriores a la reunión de la junta general, las personas que hayan sido designadas otorgarán la escritura pública de constitución conforme a lo dispuesto en el Art. 150.

Si dentro del término indicado no se celebrare la escritura de constitución, una nueva junta general designará las personas que deban otorgarla, así mismo dentro del término referido en el inciso anterior y, si dentro de este nuevo término no se celebrare dicha escritura, las personas designadas para el efecto serán sancionadas por la Superintendencia de Compañías, a solicitud de parte interesada, con una pena igual al máximo del interés convencional señalado por la Ley, computado sobre el valor del capital social y durante todo el tiempo en que hubiere permanecido omiso en el cumplimiento de su obligación; al reintegro inmediato del dinero recibido y al pago de daños y perjuicios.

Art. 159.- Es nula la compañía y no produce efecto ni aún entre los asociados si se hubiere infringido en su constitución cualquiera de las prescripciones de los Arts. 147, 151 y 162. En el caso de constitución por suscripción pública también producirá nulidad la inobservancia de cualquiera de las disposiciones de los Arts. 153, 155 y 156. Los asociados no podrán oponer esta nulidad a terceros.

BIBLIOGRAFÍA.

- Marketing versión para Latinoamérica pág. 199 Philip Kotler, Gary Armstrong; decimo 1era edición.
- Microsoft ® Encarta ® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.)
- Gabriel Baca Urbina, “Evaluación de Proyectos”, editorial Mc Graw Hill, cuarta edición, México, DF.
- LOPEZ ALTAMIRANO, Alfredo. ¿Qué son, para qué sirven y cómo se hacen las Investigaciones de Mercado? Editorial CECSA. Primera Edición. Méjico 2001.
- Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. Nassir Sapag Chain.
- Planeación y organización de empresas. McGRAW-Hill octava edición.
- Planeación y organización de empresas Guillermo Gómez Ceja.
- Jesús Collazos Cerrón .Inversión y Financiamiento de Proyectos.
- GERARDO GUAJARDO CANTÚ. Fundamentos de la Contabilidad.
- Guía para Crear y Desarrollar su Propia Empresa, Gary Flor García, Segunda edición., Editorial Ecuador, F.B.T.
- Fundamentos de la administración financiera. Doceava Edición. Scott Besley- Eugene F. Brigham.
- www.wikimedia.com- "Enciclopedia y Biblioteca de Economía EMVI"
- www.eluniverso.com
- www.gestiopolis.com
- www.elprisma.com
- www.Definición.org
- www.bce.fin.ec
- www.google.com
- www.supercias.gov.ec/

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
SEDE – LATACUNGA**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Este proyecto fue elaborado por:

.....
**Jorge Augusto Morales Osorio.
C.C. N° 0502903503**

Director

.....
Eco. Carlos Parreño

Codirector

.....
Dr. Gonzalo Fiallos

Director de la Carrera

.....
Ing. Xavier Fabara

Secretario Académico

.....
Dr. Rodrigo Vaca

LATACUNGA, OCTUBRE DEL 2008

