



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

***ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA EL
FUNCIONAMIENTO EN LA CIUDAD DE CUENCA
DE LA “FUNERARIA CAMINO DE PAZ.”***

**TRABAJO DE GRADUACION PREVIO LA OBTENCION DEL
TITULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**AUTORES: MARIA GABRIELA MOLINA RIVERA
MARIA VERONICA QUIZHPE VIMOS**

DIRECTOR: ECO. CARLOS JARAMILLO

CUENCA, ECUADOR

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto a todos los seres que han pasado por momentos difíciles en su vida, como lo es la muerte de un ser querido, ofreciéndoles nuestros servicios para tan duros momentos.

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro sincero agradecimiento al Economista Carlos Jaramillo, quien nos ha brindado los conocimientos y el apoyo necesario para la realización del presente trabajo.

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE DE CONTENIDOS	iv
INDICE DE CUADROS	v
INDICE DE ANEXOS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: Origen y promoción del proyecto.....	2
1.1. Antecedentes.....	2
1.1.1. Misión.....	3
1.1.2. Visión.....	3
1.2. Objetivo general.....	3
1.2.1. Objetivos específicos.....	3
1.3. Breve estudio del sector.....	4
1.4. Análisis FODA.....	5
1.5. Resumen ejecutivo.....	6
CAPITULO II: Estudio de mercado.....	12
2.1 Análisis del producto.....	12
2.1.1. Tipo del producto.....	12
2.1.2. Unidad de producto.....	12
2.1.3. Descripción del producto.....	12
2.1.3.1. Ciclo de vida del producto.....	13
2.2. Análisis de la demanda.....	14
2.2.1. Demanda potencial.....	16
2.2.2. Dimensionamiento de mercado.....	18
2.2.2.1. Determinación de la cobertura y segmento.....	18
2.2.2.1.1. Variables de segmentación.....	18
2.2.2.2. Determinación de la muestra.....	20
2.2.2.3. Aplicación de la herramienta estadística.....	21
2.3. Análisis de la competencia.....	22
2.3.1. Análisis cuantitativo.....	23
2.3.2. Análisis cualitativo.....	24

2.4.	Análisis del precio.....	24
2.4.1.	Análisis del precio en función al costo.....	24
2.4.2.	Análisis del precio en función de la demanda.....	25
2.5.	Análisis de la comercialización.....	27
2.5.1.	Determinación de la longitud del canal.....	27
2.5.2.	Determinación de aspectos complementarios.....	27
2.5.2.1.	Marca.....	27
2.5.2.2.	Slogan.....	27
2.5.2.3.	Logotipo.....	28
2.5.3.	Publicidad y promoción.....	28
CAPITULO III: Estudio técnico.....		30
3.1.	Análisis proceso de prod. para el servicio fúnebre básico.....	30
3.1.1.	Listado de actividades del proceso.....	30
3.1.2.	Actividades ordenadas de forma secuencial.....	31
3.1.3.	Diagrama de proceso.....	32
3.1.4.	Descripción de las actividades.....	33
3.3.	Análisis de los recursos.....	37
3.4.	Análisis del tamaño.....	42
3.5.	Análisis de la localización.....	42
CAPITULO IV: Estudio de la organización.....		44
4.1.	Características de la empresa.....	44
4.1.1.	Nombre del proyecto.....	44
4.1.2.	Tipo de proyecto.....	44
4.1.3.	Inicio de las operaciones.....	44
4.1.4.	Duración del proyecto.....	45
4.1.5.	Monto del proyecto.....	45
4.1.6.	Fuentes de financiamiento.....	45
4.2.	Clasificación ambiental.....	46
4.3.	Marco legal.....	46
4.3.1.	Constitución de la compañía.....	46
4.3.1.1.	Procedimientos para constituir una compañía.....	47
4.3.1.2.	Documentos para finalizar el trámite de constitución.....	50
4.3.2.	Obtención del permiso sanitario anual de funcionamiento.....	50
4.3.5.	Dirección provincial de salud.....	51
4.3.6.	Impuestos municipales.....	52
4.3.7.	Procedimiento para la obtención del RUC.....	52
4.3.7.1.	Inscripción en el RUC.....	52
4.3.7.2.	Inscripción de las sociedades sujetas al control de la SC.....	53

CAPITULO V: Estudio financiero.....	54
5.1. Análisis de inversiones.....	54
5.1.1. Inversiones fijas.....	55
5.1.2. Inversiones diferidas.....	55
5.1.3. Inversiones de capital de trabajo.....	56
5.2. Análisis de financiamiento.....	57
5.3. Análisis de ingresos.....	58
5.4. Análisis de egresos, costos y gastos.....	59
5.4.1. Costos fijos y variables.....	60
5.5. Resultados financieros.....	61
5.6. Presupuesto de caja.....	62
5.7. Evaluación financiera y económica.....	65
5.7.1. Punto de equilibrio.....	65
5.8. Evaluación de factibilidad: VAN y TIR.....	66
CONCLUSIONES.....	69
RECOMENDACIONES.....	70
GLOSARIO.....	71
BIBLIOGRAFIA.....	73

INDICE DE CUADROS

CUADRO 2.1 Total de defunciones en Cuenca zona urbana.....	15
CUADRO 2.2 Análisis cuantitativo del servicio fúnebre.....	23
CUADRO 2.3 Análisis cualitativo del servicio fúnebre.....	24
CUADRO 2.4 Costo del servicio.....	25
CUADRO 3.1 Factores de localización.....	42
CUADRO 5.1 Inversión total.....	54
CUADRO 5.2 Inversión fija.....	55
CUADRO 5.3 Inversión diferida.....	56
CUADRO 5.4 Inversión de capital de trabajo.....	56
CUADRO 5.5 Financiamiento.....	57
CUADRO 5.6 Análisis de ingresos.....	58
CUADRO 5.7 Ingresos anuales.....	58
CUADRO 5.8 Estado de pérdidas y ganancias.....	62

INDICE DE ANEXOS

- ANEXO 1: Defunciones totales por tipo de certificación.
- ANEXO 2: Defunciones totales por tipo de certificación, personas residentes.
- ANEXO 3: Población e ingresos corrientes por quintiles de hogar.
- ANEXO 4: Estudio de mercado. Encuestas.
- ANEXO 5: Crédito directo. Corporación financiera nacional.
- ANEXO 6: Tabla de amortización.
- ANEXO 7: Tasa de inflación según el Banco Central del Ecuador.
- ANEXO 8: Total de Egresos.
- ANEXO 9: Capital de trabajo, egresos mensuales.
- ANEXO 10: Depreciaciones. Rol de pagos mensuales.
- ANEXO 11: Costos fijos.
- ANEXO 12: Costos variables.
- ANEXO 13: Flujo de caja pesimista.
- ANEXO 14: Flujo de caja optimista.

RESUMEN

El estudio de pre factibilidad está diseñado para la empresa “Camino de Paz”, empresa que brindará servicios fúnebres los cuales están enfocados a los niveles socioeconómicos medio-alto y altos de la ciudad con el fin de facilitar a las familias todos los trámites que se necesitan en el momento de duelo. El estudio revela su viabilidad de mercado y económica – financiera en base a los resultados obtenidos en las diferentes herramientas estadísticas y financieras por lo que se considera una opción favorable al momento de decidir invertir en un proyecto.

ABSTRACT

This pre-feasibility study has been made for the "Camino de Paz" company; this company will offer funeral service to middle and high-class people of our city in order to help families with all the necessary legal formalities a funeral demands. This study shows that this project is feasible considering the marketing and economical expectations based on the results obtained from the various statistical and financial tools used. We consider that investing in this project will be favorable and profitable.

Verónica Quizhpe



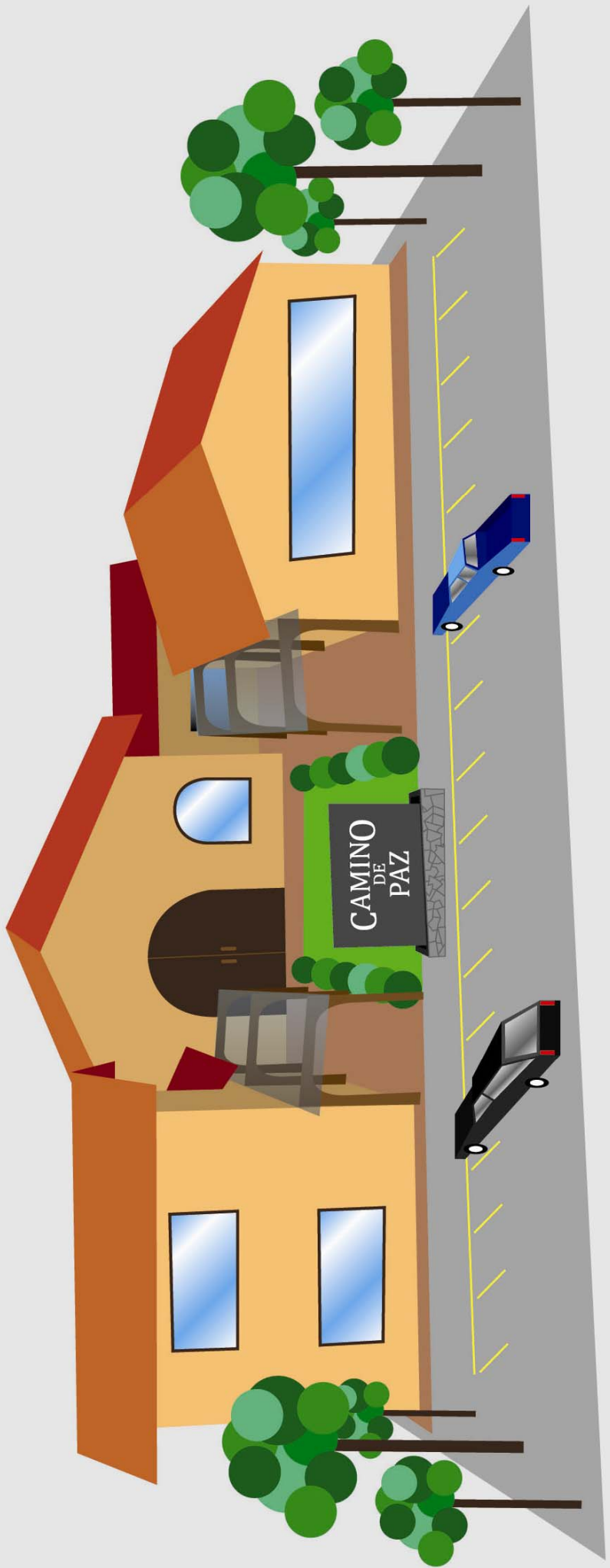


CAMINO DE PAZ
Funeraria

En el "mundo nuevo"
no habrá ya dolor,
ni pena.
Apoc, (7,17;21,4)



En el "mundo nuevo"
no habrá ya dolor,
ni pena.
Apoc, (7,17;21,4)



ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA EL FUNCIONAMIENTO EN LA CIUDAD DE CUENCA DE LA “FUNERARIA CAMINO DE PAZ.”

INTRODUCCION

El presente trabajo está enfocado en obtener una dirección clara y práctica; que facilite su aplicación a la realidad y que se desarrolle ante las necesidades de la misma, proporcionando un proyecto de negocio, planteando y sugiriendo un sistema práctico para el seguimiento de sus funciones.

La funeraria “Camino de Paz” es un proyecto pensado en las necesidades de las personas como seres humanos, pues hablar de la muerte no siempre nos resulta cómodo y aunque intentemos evitarlo y mirar a otra parte nos amenaza un inevitable final, es por eso que nuestra razón de ser es servir a las familias con la mayor calidad profesional y humana, concentrando al mejor talento humano y empleando los mejores recursos para satisfacer positivamente las necesidades de las personas en este momento de duelo.

El proyecto de creación de la empresa “Camino de Paz” tiene un impacto sustancial tanto para la empresa por las ganancias que se generarán, como para los consumidores, pues se verán beneficiados con un servicio fúnebre completo, superando las deficiencias de los existentes en el mercado actual. Este impacto se reflejará directamente en las ganancias de la empresa debido a que pretendemos satisfacer al máximo las exigencias de los clientes y consumidores.

CAPITULO I

ORIGEN Y PROMOCIÓN DEL PROYECTO

1.1. ANTECEDENTES:

La ciudad de Cuenca en la actualidad dispone de varias empresas que brindan un servicio fúnebre, pero la mayoría de estas registran un grado de insatisfacción por parte de los clientes por el servicio existente en el mercado, pues, muchas de estas empresas no aplican los estudios necesarios para llevar a cabo la correcta ejecución de un proyecto.

Esta situación es generada por factores relevantes como la inestabilidad económica actual que puede afectar a los posibles clientes y consumidores disminuyendo el poder adquisitivo de estos últimos.

Además, no se cumple a cabalidad las expectativas del mercado en cuanto a las necesidades y exigencias que estos buscan en una funeraria, pues las funerarias existentes en la ciudad de Cuenca, no integran todos los servicios en un solo establecimiento y no cumplen con la calidad que los clientes en la actualidad demandan; la escasa actualización de la capacidad innovadora de servicios fúnebres, la falta de preparación de los empleados en empresas competidoras, las acciones propuestas para el corto plazo basados solamente en el servicio y las ventas y finalmente la limitación de la alta dirección para las proyecciones y la supervivencia de las empresas al largo plazo, son los principales factores que alientan la creación de Camino de Paz, empresa que integraría todos los servicios demandados en un solo lugar, para aprovechar las oportunidades del entorno mediante la variada, oportuna y constante actualización de los

servicios, y desarrollar un ambiente de innovación y creatividad fundamentando las decisiones tanto a corto, mediano y largo plazo.

1.1.1. MISION:

Ser una empresa que preste servicios mortuorios de calidad con el fin de facilitar a las familias todos los trámites en esas situaciones difíciles, brindando todo lo necesario en ese momento indescriptible.

1.1.2. VISION:

Llegar a ser reconocidos entre las tres mejores empresas de sector, logrando obtener competitividad en el mercado, ofreciendo un servicio de calidad e innovando constantemente de acuerdo a las necesidades que manifiesten nuestros clientes.

1.2. OBJETIVO GENERAL:

Obtener ganancias significativas, las cuales nos permitan crecer día a día y estar un paso adelante que la competencia; satisfaciendo con nuestros servicios las necesidades de los clientes superando así todos sus intereses.

1.2.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Sistematizar los conocimientos claves sobre la naturaleza de la formulación de proyectos.
- Analizar la empresa en su profundidad para determinar su viabilidad.

- Realizar un estudio de mercado, organizacional, técnico y financiero, para la empresa Funeraria Camino de Paz.

1.3. BREVE ESTUDIO DEL SECTOR:

El sector funerario se ve afectado por la crisis económica mundial, al ser este un sector cíclico se encuentra sensible al declive de los ingresos y a la evolución de la economía. A pesar de ello, se espera un pronto resurgimiento dado la naturaleza del mismo, ya que las empresas fúnebres se encuentran en un alto crecimiento por el avance de la competitividad. Si bien es cierto, la crisis afecta a los sectores económicos pero las necesidades fúnebres son cada vez mayores.

El sector refleja una tendencia al alza al mediano plazo y se encuentra en continuo crecimiento y expansión, pues se ha abierto campo en las últimas décadas pasando a convertirse en servicios totalmente profesionalizados en donde se cuida hasta el más mínimo detalle para que los familiares y personas cercanas a los fallecidos no tengan que ocuparse en ningún trámite en estos momentos de duelo.

La existencia de movimientos a favor de la ecología, los planes de gobierno de autoridades de la ciudad e informes de organizaciones internacionales que impulsan el desarrollo sostenible para el sector de las funerarias, obliga a estas empresas a operar con el menor impacto ambiental; Fomentando así una mayor responsabilidad social y ecológica. Pese a los positivo de esto, no todas las empresas del sector están en disponibilidad de hacerlo.

El sector se encuentra en un alto grado de sensibilidad a cambios en los precios. La aparición de nuevas tecnologías, la factibilidad de información y el acceso a nuevas

tendencias hacen que los precios se adapten fácilmente a los mercados. Considerando que el mercado también obliga a mantener precios competitivos.

1.4. ANÁLISIS FODA:

F.O.D.A. es el análisis del entorno y de la organización para identificar fortalezas y oportunidades, a fin de contrarrestar amenazas y debilidades.

FORTALEZAS

- Personal capacitado para realizar actividades eficazmente, comprometiéndose en cumplir con el objetivo de la empresa.
- Paquetes que integran varios servicios.
- Servicios a domicilio dentro y fuera de la ciudad.

OPORTUNIDADES

- Acuerdos con los cementerios de la ciudad.
- Convenios con los crematorios EMUCE, Camposanto Santa Ana y SOLCA.
- Existencia de un mercado insatisfecho.
- Accesibilidad a los medios de comunicación para darnos a conocer en el mercado.

DEBILIDADES

- Falta de experiencia en el manejo de éste tipo de negocios.
- Iniciación reciente en el mercado.
- Ausencia de cuota de mercado y portafolio de clientes.

AMENAZAS

- La alta competitividad en precios y paquetes promocionales.
- Inexistencia de clientes fijos.

- Dificultad de endeudamiento, debido a las altas tasas de interés.
- Disminución del poder adquisitivo por la crisis económica actual.
- Fuertes regulaciones y controles a favor del medio ambiente.

1.5. RESUMEN EJECUTIVO:

El estudio de pre factibilidad está diseñado para un proyecto de una empresa orientada a la venta de servicios fúnebres en respuesta a una necesidad humana: “Camino de Paz”. Este nombre fue escogido porque es fácil de recordar y además es un nombre que inspira serenidad y tranquilidad que es lo que más deseamos cuando pasamos por un momento tan difícil como es la pérdida de un ser querido

La funeraria “Camino de Paz” es una empresa que brindará servicios fúnebres los cuales están enfocados a los niveles socioeconómicos medio-alto y altos de la ciudad con el fin de facilitar a las familias todos los trámites que se necesitan en el momento de duelo; permitiendo que los clientes se sientan satisfechos con el servicio y brindar así mejores comodidades.

El servicio que la empresa ofrece es el servicio completo de velación, este incluye: servicio de transporte en nuestras carrozas fúnebres, del cuerpo a las salas de velación y posteriormente a los cementerios de la ciudad, arreglos florales con excelente diseño para la sala y servicio de flores para el nicho elaborados por profesionales en el área, que se colocaran de acuerdo a la decisión del cliente. También se dará servicio de tanatopraxia, el de maquillaje, una opción favorable ya que así se lograra mejorar el aspecto de los cadáveres.

Considerando al cliente como la prioridad y consientes del momento de dolor por el cual están pasando se ha pensado en ayudar a sus familiares y seres queridos, pues “Camino de Paz” se responsabilizará del cuerpo desde el momento en que el cliente contrate nuestros servicios hasta el momento de la exhumación. Incluyendo el traslado, conseguir sacerdotes para que celebren la eucaristía, acompañamiento musical y de coro para la ceremonia religiosa. En caso de necesitar servicio de cremación se brindará el transporte desde la clínica u hogar a SOLCA, EMUCE o Camposanto Santa Ana.

El proyecto de la Funeraria “Camino de Paz” es de tipo privado, de servicios y de operación continua. Su principal objetivo es la obtención de utilidades, es decir, obtener ganancias significativas que impulsen en engrandecimiento de la empresa y la prestación de un servicio de alta calidad que satisfaga las necesidades de los clientes y superen todos sus intereses. Su operación se ejecutará durante todo el período económico de manera ininterrumpida y sin presentar variaciones pronunciadas en su nivel de ventas dado la naturaleza del servicio fúnebre.

Dadas las normas de sanidad y medio ambiente se requiere que una empresa de este tipo opere en lugares fuera de la ciudad y con la estructura adecuada, por tanto “Camino de Paz” estará ubicado en el sector de Challuabamba. De acuerdo a la clasificación ambiental el proyecto generará un impacto ambiental medio negativo debido a la emanación de químicos en el proceso de formolización del cuerpo.

El monto del proyecto considerando todo lo necesario para el inicio de sus operaciones es de \$ 303.464,20., el proyecto va a ser financiado por el 64,26% corresponde al aporte de capital de los socios, considerando que hay 3 socios cada uno con un aporte de \$ 65.000., y el 35,74% a un préstamo que se hará a la Corporación Financiera Nacional correspondiente al valor de \$ 108.464,20.

Para su constitución este proyecto contempla la creación de una compañía de responsabilidad limitada a la que le hemos denominado “Camino de Paz Cía. Ltda.”. Dentro de los requisitos que se solicitan para el proceso de creación de una funeraria se requieren:

- Permiso sanitario anual de funcionamiento.
- Obtención de RUC.
- Permiso de funcionamiento de locales comerciales.
- Aprobación del estudio contra incendios.
- Permiso de funcionamiento de la dirección provincial de salud.

Un aspecto relevante para determinar la demanda del servicio funerario es el índice de mortalidad en la ciudad de Cuenca que se estima alrededor de 158 personas por mes. Tomamos en cuenta el promedio de ventas de servicios fúnebres mensuales de Memo Paz y Camposanto Santa Ana, nuestros principales competidores para consolidar nuestro potencial de demanda y además consideramos el índice de defunción y el porcentaje de personas con ingresos medios altos y altos (31,59%) se obtiene el potencial mensual que tiene el sector de servicios fúnebres, que está representado alrededor de 50 personas. Éstas son las personas que “Camino de Paz” quiere atacar, integrantes del mercado objetivo. Para su segmentación se consideraron variables demográficas, psicográficas y geográficas.

Para dar mayor validez a este análisis se ha considerado el mercado fundamentalmente por lo que se realiza encuestas para determinar la viabilidad del proyecto y el servicio como tal, obteniendo un resultado muy alentador, sumado a esto la frecuente demanda de servicios fúnebres.

El precio de venta propuesto por cada plan funerario que ofrece la empresa como línea estrella es de \$1100, conformado por el costo del servicio más el 35% porcentaje deseado como margen de utilidad, tomando en consideración factores como la competencia y precios impuestos por el gobierno.

Las actividades y los recursos que la empresa necesita para poder operar son detallados con minuciosidad posteriormente, siendo las principales operaciones que se realizan en el servicio fúnebre las siguientes:

1. Contacto con el cliente.
2. Vestimenta del cuerpo.
3. Traslado del cuerpo a la sala de velación.
4. Tanatopraxia, maquillaje del cuerpo.
5. Colocación del cuerpo en el ataúd.
6. Trámites legales.
7. Obituario.
8. Contacto con la floristería.
9. Decoración del lugar.
10. Preparación del servicio de cafetería.
11. Preparación de la sala de descanso.
12. Velación.
13. Contacto con músicos.
14. Contacto con el sacerdote
15. Celebración de la eucaristía.
16. Traslado del cuerpo al lugar de exhumación.
17. Cobro.

El análisis financiero genera un resultado muy alentador para la empresa pues sus cifras son bastante positivas en los diez años de horizonte del proyecto. El nivel de ingresos se

incrementará significativamente ya que Camino de Paz considerará factores internos como la logística y el sistema de calidad, y externos como la contratación de una agencia publicitaria que se encargara de dar a conocer la empresa y sus servicios en el medio, a su vez tenemos que estar consientes de que existe una capacidad máxima de atención, que de cierto modo limitará la venta los servicios fúnebres. Para determinar el nivel de egresos, se considerará a la inflación como un factor determinante, pues estos se incrementaran a medida de en que esta varíe. Para la vida del proyecto hemos fijado un incremento del 3% en el valor de los egresos, promediando los porcentajes de los últimos tres meses según tablas inflacionarias.

En el análisis del punto de equilibrio muestra una cantidad de 168 servicios fúnebres a un precio de \$1100, que indica cuál es el nivel de ingresos que debemos tener para cubrir con los gastos generados por la empresa.

Para tener una visión clara de los posibles ingresos y egresos que podría tener la empresa en un horizonte de diez años se utilizaron herramientas financieras como el Estado de Pérdidas y Ganancias, y Flujo de Caja que ayudaron a constatar con datos numéricos la factibilidad del proyecto pues se obtienen ganancias representativas. La utilidad neta sufre incrementos bastante considerables, varía desde \$ 9.362,78 en el primer año, hasta llegar a \$ 80.540,13 en el año diez.

Se debe mencionar que consideramos tres escenarios para el análisis de sensibilidad, un pesimista, un moderado y un optimista, sin embargo vemos conveniente trabajar en un escenario medio es decir en un moderado.

Este análisis genera resultados positivos para “Camino de Paz”, ya que al considerar el alto nivel de inversión, se puede ver que esta se recupera en el noveno año, en donde la

utilidad acumulada es de \$ 361.537.11. Esto respaldado por los resultados del VAN que es de \$ 98.004,57 y de la TIR que es 15,71% constatan en términos de rentabilidad que este proyecto de inversión es factible.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. ANALISIS DEL PRODUCTO:

2.1.1. TIPO DEL PRODUCTO:

El tipo de producto que vamos a ofrecer es un producto intangible, pues se trata de un servicio fúnebre.

2.1.2. UNIDAD DE PRODUCTO:

El producto tiene una unidad de consumo que se encuentra establecida en función de variables como la demanda y el nivel de ingresos, costos y gastos. La unidad de medida es por cada plan fúnebre que se ofrezca.

2.1.3. DESCRIPCION DE PRODUCTO:

Camino de Paz, es una empresa que brindará servicios fúnebres los cuales están enfocados a los niveles socioeconómicos medio-alto y altos de la ciudad.

Los servicios a brindar serán la clave de nuestro éxito, ya que contamos con diferentes servicios: servicio de transporte en nuestras carrozas fúnebres, del cuerpo a las salas de velación y posteriormente a los cementerios de la ciudad, arreglos florales con excelente

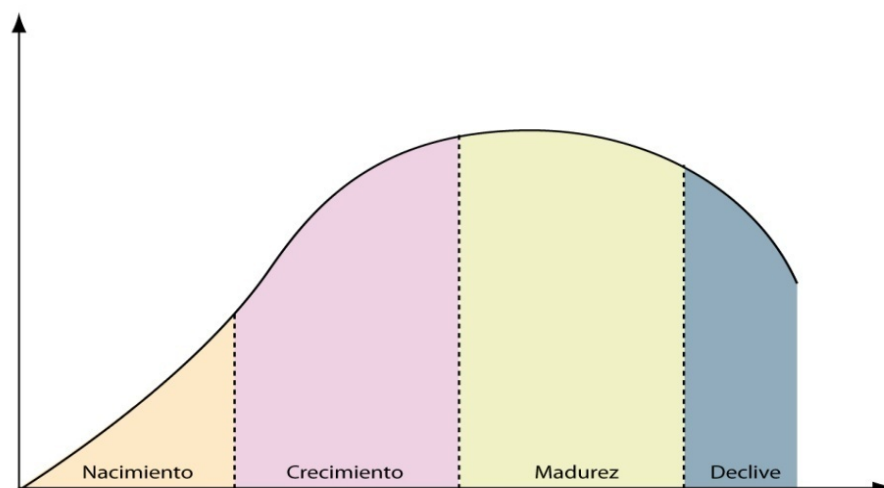
diseño para la sala y servicio de flores para el nicho elaborados por profesionales en el área, que se colocaran de acuerdo a la decisión del cliente, otro servicio que se prestará es el de maquillaje, una opción favorable, debido a que con éste se lograra mejorar el aspecto de los cadáveres.

Siendo el cliente nuestra prioridad, y sobre todo consientes del momento por el cual están pasando se ha pensado en ayudar a sus familiares y seres queridos, pues Camino de Paz se responsabilizará del cuerpo desde el momento en que el cliente contrate nuestros servicios hasta el momento de la exhumación. Incluyendo el traslado, conseguir sacerdotes para que celebren la eucaristía, acompañamiento musical y de coro para la ceremonia religiosa. En caso de necesitar servicio de cremación se brindará el transporte desde la clínica u hogar a SOLCA, EMUCE o Camposanto Santa Ana.

Contaremos con dos salas de velación, las mismas que serán para dar atención a todos nuestros clientes, una de estas contara con servicios especiales para clientes exigentes y la otra será más sencillas para personas con otro nivel económico; todas las salas contarán con iluminación indirecta para la noche y música ambiental para todo el día, además estas tendrán un espacio privado en el cual podrán descansar los familiares, cafetería y un pequeño altar para celebrar las eucaristías, complementadas con garaje y guardianía las veinte y cuatro horas para mayor seguridad.

2.1.3.1. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO:

El producto se encuentra en la etapa de crecimiento ya que existe una demanda continua del mismo considerando que siempre va a haber personas que lleguen a su terrestre final. Esta es una etapa dentro de la cual el negocio debe mantenerse, y no salir de ella. En este punto las ventas tienen un crecimiento continuo por lo tanto las utilidades comienzan aparecer.



El objetivo del negocio es estar en continuo crecimiento, tanto en el ámbito de desarrollo como eficiencia de los servicios. Aquí se tratará de mejorar permanentemente los servicios, pues ésta es la forma de mantenerse un paso adelante de la competencia y listos para servir al cliente cuando los necesite.

2.2. ANALISIS DE LA DEMANDA:

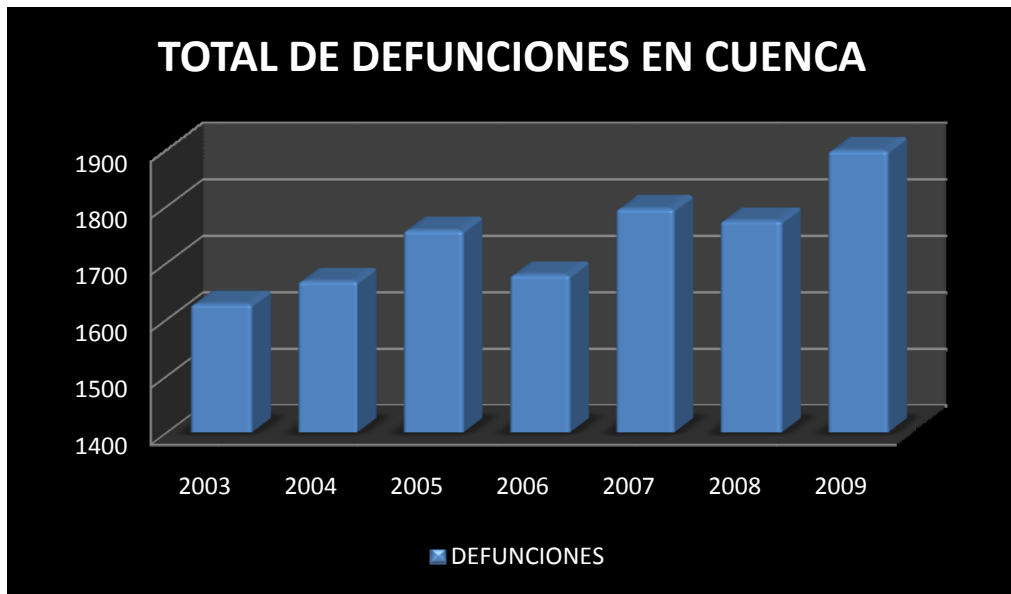
“Camino de Paz”, determinó como principal factor de mercado el índice de mortalidad de los habitantes en la ciudad de Cuenca, el cual se estimó en el año 2009 en alrededor de 158 personas por mes¹. Anexo 1

Un aspecto relevante a considerar es el crecimiento de éste índice para poder determinar una posible tendencia, esta información se explica mediante la siguiente tabla, cuyos datos han sido obtenidos del INEC, según Anexo 2.

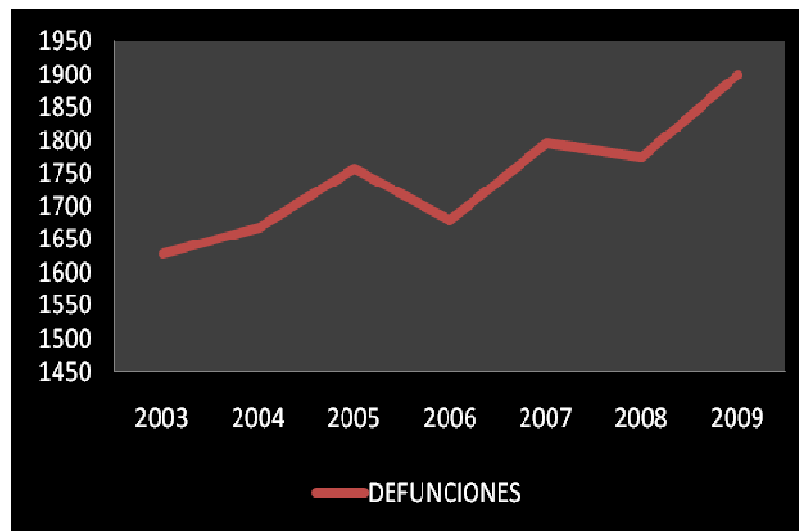
¹ INEC, Cuadro No 1, Defunciones totales por tipo de certificación.

CUADRO 2.1. TOTAL DE DEFUNCIONES EN CUENCA ZONA URBANA

TOTAL DE DEFUNCIONES EN CUENCA ZONA URBANA										
			AÑOS	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
AZUAY	URBANO	73,75%	78,70%	1627	1668	1758	1679	1796	1775	1899
	RURAL		21,30%	440	451	476	454	486	480	514
	OTROS	26,25%		736	754	795	759	812	803	859
	TOTAL	100%		2804	2874	3029	2893	3095	3058	3272
INCREMENTO					2%	5%	-5%	7%	-1%	7%



Como se puede apreciar no existe una tendencia clara de crecimiento de las defunciones. Crecen en diferentes proporciones cada año por lo que no se puede determinar con especificidad un incremento para los años próximos, es decir, para los años de ejecución del proyecto.



Lo que si podemos notar en este gráfico es su tendencia. En la mayoría de años la curva tiene una tendencia al alza, lo que nos indica que existe un crecimiento en cuanto a defunciones anuales en la ciudad de Cuenca. Este análisis es favorecedor para “Camino de Paz” pues se prevé un incremento de la demanda pese a no ser exacto.

Por lo que hemos considerado que para cálculos posteriores se tomará en cuenta las 158 defunciones mensuales de forma constante para garantizar la validez de los resultados.

2.2.1. DEMANDA POTENCIAL:

Una funeraria brinda sus servicios mortuorios atendiendo oportunamente aquellos imprevistos de la vida, por lo que se tendría una demanda potencial para el factor de mercado previamente determinado.

La falta de información y la dificultad para acceder a la misma por parte de las empresas del medio, hace más compleja la determinación de la demanda potencial, es decir, el

volumen total de ventas de las instituciones dedicadas al servicio fúnebre dirigido a nuestro segmento de mercado. Por tanto consideramos el siguiente punto de vista:

Tomamos en cuenta el promedio de ventas de servicios fúnebres mensuales de Memo Paz y Camposanto Santa Ana, quienes colaboraron con la entrega de datos aproximados y además los consideramos como los principales participantes del segmento de mercado al cual pretendemos ingresar.

Memo Paz presta sus servicios fúnebres alrededor de 17 personas mensualmente, y Camposanto a más o menos unas 25 personas. Dándonos un total de 42 personas, es decir, de 42 servicios fúnebres inmediatos.

Entonces, si tenemos como dato que en la ciudad de Cuenca mueren 158 personas mensualmente, y considerando que las personas que tienen ingresos económicos medios-altos y altos son el 31,59% $((52.993+39.333)/292.224)^2$ éstas representan alrededor de 50 personas. Esta cifra significa el potencial mensual que tiene el sector de servicio fúnebre inmediato.

CUADRO No. 29
ENIGHU - POBLACIÓN - INGRESOS - CUENCA
POBLACIÓN E INGRESOS CORRIENTES ANUALES POR QUINTILES DEL HOGAR, SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD DEL JEFE ECONÓMICO

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	QUINTILES									
	QUINTIL 1		QUINTIL 2		QUINTIL 3		QUINTIL 4		QUINTIL 5	
	POBLACIÓN	INGRESO	POBLACIÓN	INGRESO	POBLACIÓN	INGRESO	POBLACIÓN	INGRESO	POBLACIÓN	INGRESO
	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES
TOTAL	77.146	58.694.415	62.571	86.901.982	60.181	119.123.299	52.993	151.863.060	39.333	198.707.141
10 A 24 AÑOS	6.759	5.424.485	4.564	6.290.432	4.344	7.913.515	1.429	4.119.339	626	3.018.114
25 A 34 AÑOS	18.082	13.524.215	13.001	17.666.691	10.602	21.556.602	7.831	22.114.774	7.419	34.984.186
35 A 44 AÑOS	17.225	14.498.473	17.662	24.621.843	10.764	20.654.050	15.269	43.611.663	7.332	36.559.971
45 A 54 AÑOS	22.618	16.706.704	15.699	21.612.155	17.764	35.092.616	14.035	39.440.203	13.224	65.944.252
55 A 64 AÑOS	8.580	4.966.901	6.742	9.782.915	10.891	21.517.241	7.661	23.122.047	5.059	26.827.599
65 AÑOS Y MÁS	3.882	3.573.637	4.904	6.927.945	5.815	12.389.274	6.768	19.455.035	5.674	31.373.018

² Datos obtenidos del INEC, Tabla de la población e ingresos corrientes anuales por quintiles del hogar, según sexo y grupos de edad del jefe económico. Anexo 3.

Como conclusión tendríamos que el **potencial de la demanda** es de 50 servicios fúnebres, es decir un total de 600 personas al año.

2.2.2. DIMENSIONAMIENTO DE MERCADO:

2.2.2.1. DETERMINACION DE LA COBERTURA Y SEGMENTO:

En caso de la funeraria, debido al tipo de negocio, no se tiene una segmentación definida, debido a que todas las personas pueden utilizar éstos servicios. No existe una edad, sexo, educación, raza, etc. para el uso.

- **MERCADO TOTAL:** El mercado total serían las 158 personas que mueren mensualmente en Cuenca, y que tienen la necesidad de adquirir los servicios fúnebres.
- **MERCADO OBJETIVO:** Es el conjunto de personas a quienes se va a atacar, es decir las 50 personas que son los integrantes del mercado potencial.
- **MERCADO META:** El mercado meta son las personas que van a adquirir nuestros servicios, para el primer mes de operaciones el mercado meta es de 13 servicios fúnebres, cifra que variará para los siguientes meses de operaciones, llegando a darnos un total anual de 190 servicios fúnebres

2.2.2.1.1. VARIABLES DE SEGMENTACION

DEMOGRAFICAS:

- Edad: Sin límite.

- Sexo: Masculino y Femenino.
- Ingresos: Medios – altos, y Altos.
- Ocupación: Indiferente.
- Religión: Indiferente.
- Educación: Indiferente.
- Raza: Indistinta.
- Nacionalidad: Ecuatoriana

GEOGRÁFICA:

- Provincia: Azuay.
- Región: Sierra.
- Zona: Urbana.
- Tamaño de la Población: 292.224ciudadanos.
- Relieve: Montañoso.
- Clima: Frío.

PSICOGAFICAS:

- Clase Económica: Media en adelante.
- Estilo de Vida: Medio.
- Personalidad: Indistinta.

OTRAS VARIABLES:

Como en todo negocio, que se pretende comenzar, existen una serie de factores que afecta a la demanda de nuestros servicios, por ejemplo, los precios de los servicios sustitutos, que en este caso seria los de la competencia, ya que en Cuenca ya existen

salas de velación, las mismas que ofrecen servicios muy similares a los que ofreceremos y a gusto de los clientes.

Otro factor que puede influir en la demanda es la situación económica del país, los ingresos de las familias, creación de nuevas salas de velación, etc.

2.2.2.2. DETERMINACION DE LA MUESTRA:

Según datos obtenidos en el INEC, se puede determinar el tamaño de la muestra, que se va a utilizar para la investigación del mercado y ver si esta opción de negocio de la Funeraria Camino de PAZ, es viable o no, los datos que se van a utilizar para determinar el tamaño de la muestra, son los de los ingresos por hogares, considerando que cada hogar tiene un promedio de cuatro miembros tomando en cuenta los quintiles 4 y 5.

ENIGHU - HOGARES - INGRESOS - CUENCA
HOGARES E INGRESOS CORRIENTES ANUALES POR QUINTILES DEL HOGAR SEGÚN FUENTE U ORIGEN

FUENTE U ORIGEN	TOTAL	QUINTILES				
		QUINTIL 1	QUINTIL 2	QUINTIL 3	QUINTIL 4	QUINTIL 5
HOGARES	70.955	14.145	14.233	14.214	14.237	14.126
INGRESO TOTAL	628.113.624	63.170.224	89.397.458	121.608.004	153.954.880	199.983.056
INGRESO CORRIENTE	615.289.897	58.694.415	86.901.982	119.123.299	151.863.060	198.707.141

$$Z= 1.96$$

$$N=113.452$$

$$Q 4 = 14237 * 4 = 56.948$$

$$Q 5 = 14126 * 4 = 56.504$$

113452

P= 50 %Q= 50 %E= 5 %

$$n = \frac{(1,96)^2 (113452)(0,50)(0,50)}{(0,05)^2 (113452 - 1) + (1,96)^2 (0,50)(0,50)}$$

Para el estudio de mercado de **n= 382,87** la ciudad de Cuenca se deben realizar 383 encuestas, luego se debe efectuar un análisis de cada pregunta, para así poder llegar a una conclusión global. (Ver anexo 4).

2.2.2.3. APLICACIÓN DE LA HERRAMIENTA ESTADÍSTICA:

Después de realizar el análisis respectivo sobre el negocio y determinar los pro y contras del mismo, se llega a la conclusión que los servicios fúnebres son viables desde el punto de vista del mercado debido a la demanda que se presenta por los mismos según la información obtenida de las encuestas realizadas.

Datos proporcionados por el INEC dan a conocer que el índice de mortalidad mensual en la ciudad de Cuenca es de aproximadamente 158 personas, lo que indica que la demanda de los servicios es frecuente.

El Ingeniero Comercial Julio Cabrera Crespo propietario de Memo Paz, comenta que la frecuencia con que sus clientes ocupan sus servicio es de aproximadamente cuatro veces a la semana, lo que nos da una idea de la frecuencia con que se mueve el mercado de este tipo de negocio.

2.3. ANALISIS DE LA COMPETENCIA:

Las empresas que determinan la oferta total del mercado en la venta de planes fúnebres de la ciudad de Cuenca son las siguientes:

- EMUCE Servicios Exequiales.
- San Marcos.
- Funeraria y Camposanto Santa Ana.
- Exequial.
- Memo Paz.
- Funeraria Santa Catalina.
- Funeraria El Cisne.
- Funeraria Mejía.
- Funeraria Peralta.
- Funeraria San Luis.
- Funeraria San Vicente de Paul.
- Agencia Funeraria Los Olivos.
- Luz y Paz Servicios Funerarios.

Estas empresas se han posicionado en el mercado hace algunos años. Estas funerarias están canalizadas hacia un sector económico específico, por ejemplo Camposanto Santa Ana y Memo Paz, tienen su enfoque hacia una población determinada de clientes, las personas de clase económica media – alta y alta, mientras que las demás funerarias van dirigida a una clase económica diferente, ellos trabajan con personas de menos recursos.

Según datos obtenidos en el municipio, se puede conocer que en la ciudad, la única sala de velación que cuenta con todos los permisos requeridos por el municipio como es el impacto ambiental es la Funeraria Memo Paz, ya que cuenta con el servicio de

parqueadero, salas adecuadas para un determinado número de personas, cafetería, capilla y sala de descanso familiar.

Por lo que le consideramos como uno de los más fuertes competidores. La competencia directa que está enfocada en el mismo segmento de mercado que “Camino de Paz” es Camposanto Santa Ana y Memo Paz.

Según datos proporcionados por estas empresas se conoce que aproximadamente brindan 25 y 17 servicios fúnebres inmediatos respectivamente.

2.3.1. ANALISIS CUANTITATIVO:

CUADRO 2.2 ANÁLISIS CUANTITATIVO DEL SERVICIO FÚNEBRE

ANÁLISIS CUANTITATIVO DEL SERVICIO FÚNEBRE						
NOMBRE	SERVICIO	PRECIO	PLANES ANUALES	VENTAS	CAPACIDAD INSTALADA	%CAPACIDAD UTILIZADA
MEMO PAZ	BASICO	\$ 950	204	\$ 193.800	336 SERVICIOS FUNEBRES	60,71%
CAMPOSANTO SANTA ANA	BASICO	\$ 1.250	300	\$ 375.000	504 SERVICIOS FUNEBRES	59,52%

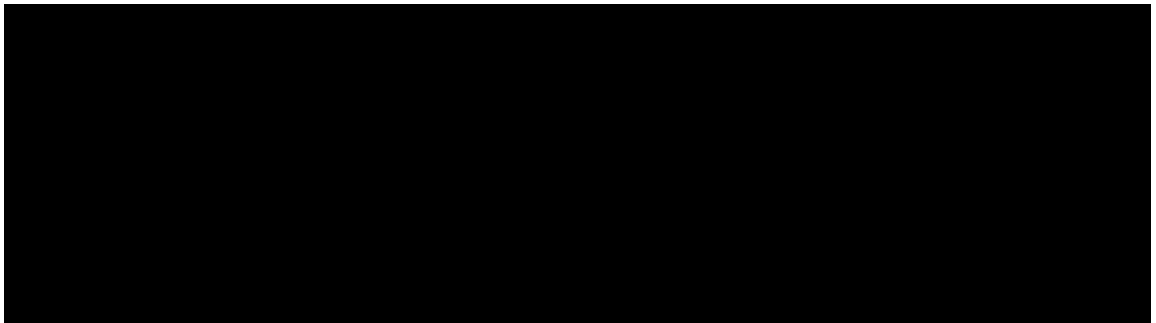
Para el cálculo de la capacidad instalada se considera que aproximadamente se velan 14 personas en cada sala por mes en un tiempo de dos días más o menos, lo que significa que este numero de 14 personas se multiplica por dos y tres salas respectivamente dándonos así la capacidad instalada de cada una de las empresas.

Memo Paz utiliza el 60,71% de su capacidad instalada atendiendo 17 servicios fúnebres aproximadamente por mes (de 8 a 9 por sala), mientras que Camposanto Santa Ana

utiliza el 59,52% de su capacidad instalada (de 12 a 13 servicios fúnebres por sala), lo que significa que nuestros principales competidores tienen la capacidad de atender aproximadamente a la tercera parte más de clientes y que por motivos de competencia y preferencias de los clientes no lo hacen. (28 y 42 personas al mes respectivamente).

2.3.2. ANALISIS CUALITATIVO:

CUADRO 2.3 ANÁLISIS CUALITATIVO DEL SERVICIO FÚNEBRE



En cuanto al servicio Camposanto Santa Ana es más eficiente que Memo Paz por lo que se debe alcanzar un servicio de igual o mejor calidad que Camposanto Santa Ana para así poder captar parte del mercado al cual atiende Memo Paz.

2.4. ANALISIS DEL PRECIO:

2.4.1. ANALISIS DEL PRECIO EN FUNCION AL COSTO:

El precio de venta propuesto es el precio de cada plan funerario que ofrece la empresa como línea estrella, conformado por el costo del servicio más el porcentaje deseado como margen de utilidad, tomando en consideración factores como la competencia y precios impuestos por el gobierno.

En el siguiente cuadro se describirá los costos estimados del servicio.

CUADRO 2.4 COSTO DEL SERVICIO

COSTO DEL SERVICIO			
DETALLE		CANTIDAD	PRECIO
COFRE		1	\$ 300,00
ARREGLO FLORAL		4	\$ 150,00
MUSICA		1	\$ 40,00
EUCARISTIA		1	\$ 40,00
CAFETERIA		1	\$ 20,07
OBITUARIO		1	\$ 60,00
TRAMITES LEGALES		1	\$ 10,00
LIBRO DE MEMORIAS		1	\$ 10,00
MAQUILLAJE		1	\$ 40,00
EQUIPO DE LIMPIEZA		1	\$ 13,93
OTROS			\$ 31,00
COSTO TOTAL			\$ 715,00
UTILIDAD POR PLAN	35,00%		\$ 385,00
PRECIO POR PLAN			\$ 1.100,00

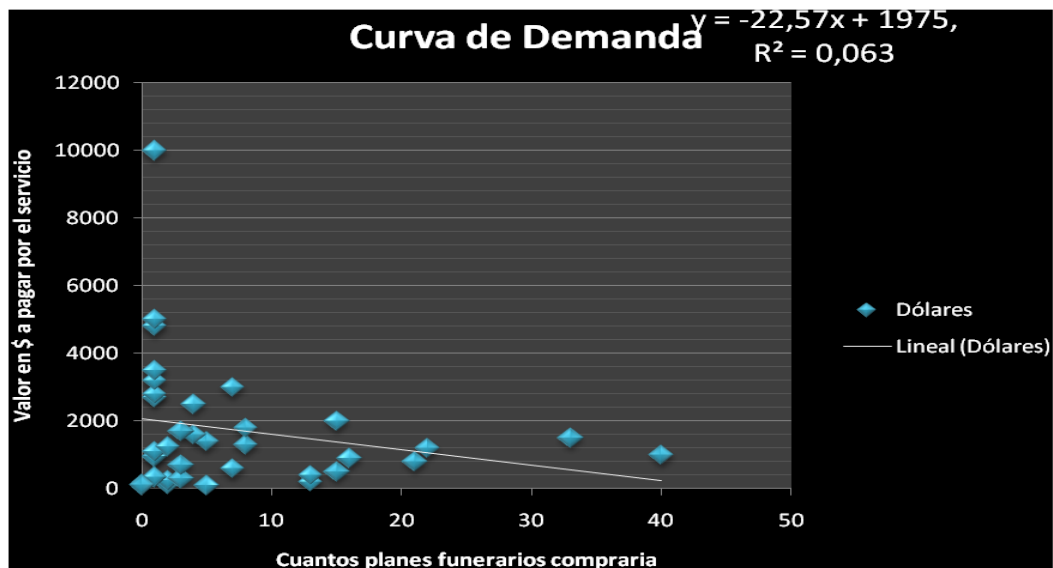
2.4.1. ANALISIS DEL PRECIO EN FUNCION DE LA DEMANDA:

Para determinar el precio adecuado para nuestro servicio, nos hemos basado también en datos obtenidos en encuestas sobre cuánto están dispuestos a pagar los clientes por un servicio funerario con las características que nuestra empresa ofrece.

Por lo tanto, nuestra curva de demanda expresa la disposición que tienen los clientes para adquirir nuestros servicios, la misma que hemos logrado obtener por medio de regresión lineal, estimando los resultados obtenidos.

$$Y = a + bx$$

$$Y = -22,57x + 1975,00 \quad A = 1975 \quad B = -22,57$$



Promedio= 1194,89 dólares

Desviación Estándar = 912,20 dólares

En promedio hemos obtenido que los clientes estuvieran dispuestos a pagar en total por el servicio 1194,89 dólares, lo cual es muy bueno ya que es un buen precio por el servicio, pero lo que desalienta éste resultado es lo obtenido en la desviación estándar un valor de 912,20 dólares lo que se explica que el promedio puede variar en más o menos éste valor.

La curva de la demanda tiene pendiente negativa, debido a que nuestra empresa ofrece un bien normal, esto quiere decir que mientras más altos los ingresos de las personas, más pagaran por nuestro servicio y viceversa; comprobándose así la teoría de la demanda que dice: a menores precios mayor consumo y viceversa.

Estos análisis dan como resultado un precio promedio de \$1194,89 por cada plan fúnebre.

2.5. ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION:

2.5.1. DETERMINACION DE LA LONGITUD DEL CANAL:

Dada la naturaleza del servicio, los agentes de distribución son el productor y el consumidor final. La más adecuada longitud del canal en función del servicio es de cero, considerando que nuestra venta es directa al consumidor o cliente.

2.5.2. DETERMINACION DE ASPECTOS COMPLEMENTARIOS:

2.5.2.1. MARCA:

Lo más importante de la marca es el nombre del negocio; “Camino de Paz”, pues lo que se ofrece es un servicio. Este nombre hará que la sociedad lo identifique fácilmente, y que se aseguren de que cada vez que adquieran los servicios tengan conciencia de la calidad de los mismos.

Este nombre fue escogido porque es fácil de recordar y además es un nombre que inspira serenidad y tranquilidad que es lo que más deseamos cuando pasamos por un momento tan difícil como es la pérdida de un ser querido. Este es uno de los objetivos que tiene la empresa, buscar aliviar de alguna manera el sufrimiento de las personas que contratan los servicios.

2.5.2.2. SLOGAN:

“En el mundo nuevo no habrá ya dolor, ni pena.”, este slogan es un elemento importante en la parte de la imagen de la empresa, debido a que es una presentación

visual para que el cliente pueda identificar a la empresa cuando la vea; el eslogan fue elegido en base a un conjunto de citas bíblicas. Para seleccionar estas citas, se considera a la biblia como fuente de información, guiado por citas que transmitan frases relacionadas con la muerte terrenal.

2.5.2.3. LOGOTIPO:



Poseemos un logotipo acompañado de un lema que es “En el mundo nuevo no habrá ya dolor, ni pena”. Este logotipo se identifica de manera directa con la empresa y sus servicios.

2.5.3. PUBLICIDAD Y PROMOCION:

Uno de los principales objetivos es lograr que los clientes puedan reconocer de una manera rápida a la empresa cuando observen en algún lugar el logo o escuchen el slogan. Esto se puede lograr haciendo publicidad mediante jingles por TV, radio, por medio de los periódicos locales, afiches, vallas, camiones de reparto, etc. para que la

gente se vaya familiarizando con los servicios, creando en su mente una imagen de la empresa, y la diferencia de la competencia, para lo que contactaremos a la empresa 7 PRODUCCIONES, la misma que se encargara de lo antes mencionado.

CAPITULO III

ESTUDIO TECNICO

3.1. ANALISIS DEL PROCESO DE PRODUCCION PARA EL SERVICIO FUNEBRE BASICO:

3.1.1. LISTADO DE ACTIVIDADES DEL PROCESO:

- Tanatopraxia, maquillaje del cuerpo.
- Trámites legales.
- Traslado del cuerpo a la sala de velación.
- Vestimenta del cuerpo.
- Celebración de la eucaristía.
- Velación.
- Traslado del cuerpo al lugar de exhumación.
- Obituario.
- Contacto con músicos.
- Contacto con el sacerdote.
- Decoración del lugar.
- Preparación del servicio de cafetería.
- Cobro.
- Contacto con el cliente.
- Preparación de la sala de descanso.
- Colocación del cuerpo en el ataúd.
- Contacto con la floristería.

3.1.2. ACTIVADES ORDENADAS DE FORMA SECUENCIAL:

1. Contacto con el cliente.
2. Vestimenta del cuerpo.
3. Traslado del cuerpo a la sala de velación.
4. Tanatopraxia, maquillaje del cuerpo.
5. Colocación del cuerpo en el ataúd.
6. Trámites legales.
7. Obituario.
8. Contacto con la floristería.
9. Decoración del lugar.
10. Preparación del servicio de cafetería.
11. Preparación de la sala de descanso.
12. Velación.
13. Contacto con músicos.
14. Contacto con el sacerdote
15. Celebración de la eucaristía.
16. Traslado del cuerpo al lugar de exhumación.
17. Cobro.

3.1.3. DIAGRAMA DE PROCESO:

SERVICIO FUNEBRE BASICO DIAGRAMA DE PROCESOS DE OPERACION



3.1.4. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES:

1. CONTACTO CON EL CLIENTE:

El cliente se comunica con la funeraria “Camino de Paz” y solicita la prestación del servicio fúnebre de acuerdo a sus necesidades, ambas partes se ponen de acuerdo en el establecimiento del horario, arreglos florares, tipo de decoración, música, tipo de eucaristía, obituario, maquillaje, los trámites legales necesarios, el precio y la forma de pago. Una persona se hace responsable de asumir con los gastos del servicio.

2. VESTIMENTA DEL CUERPO:

Una vez que se tenga contacto con el cuerpo se coordina con los familiares para determinar quien se encarga de la vestimenta del cuerpo. En caso de que los familiares lo hagan la empresa realizará las actividades subsiguientes. Si se requiere a la empresa hacerlo, el personal encargado solicita a los familiares la ropa a utilizarse y procederá a vestir el cuerpo.

3. TRASLADO DEL CUERPO A LA SALA DE VELACION:

El cuerpo ya vestido es trasladado desde el lugar de fallecimiento hasta las instalaciones de la sala de velación en los vehículos que dispone la empresa.

4. MAQUILLAJE DEL CUERPO:

Cuando el cuerpo se encuentre en las instalaciones de la empresa se realiza el maquillaje o tanatopraxia por el personal encargado de esta actividad, siendo una opción favorable

para los clientes, debido a que con el maquillaje se lograra mejorar el aspecto de los cadáveres.

5. COLOCACION DEL CUERPO EN EL ATAUD:

El cuerpo vestido y maquillado es colocado en el ataúd adecuado considerando las características del cuerpo y gusto de los clientes.

6. TRAMITES LEGALES:

Se realizan todos los trámites legales respectivos en el registro civil como lo es el Acta de defunción.

7. OBITUARIO:

Se solicita a los familiares los datos necesarios para la elaboración del texto que se envía a los diarios locales para el establecimiento del parte mortuario con el objetivo de dar a conocer a los familiares y amigos cercanos el fallecimiento de la persona, el lugar, fecha y hora de la velación, eucaristía y sepelio.

8. CONTACTO CON LA FLORISTERIA:

El personal a cargo de la organización de las salas de velación contacta a los proveedores de flores, especifica el número y las características de los arreglos florales en función de lo solicitado por el cliente.

Una vez terminados los arreglos son enviados a las salas de velación.

9. DECORACIÓN DEL LUGAR:

Una vez recibidos los arreglos florales se colocan en la sala de velación asignada, de igual manera se coloca las sillas de acuerdo al número estimado de personas y se verifica la amplificación del sonido y la música ambiental para la velación.

10. PREPARACIÓN DEL SERVICIO DE CAFETERIA:

Se dota a la cafetería de los insumos necesarios como son dispensadores de agua, azúcar, café, bolsas de té y bocaditos. De igual forma se designa al personal a cargo.

11. PREPARACIÓN DE LA SALA DE DESCANSO:

Se suministra a la suite de descanso sabanas y frazadas limpias con el fin de proporcionar comodidad a los familiares directos que necesiten un tiempo de descanso durante la velación.

12. VELACIÓN:

Se recibe a los familiares y amigos en la sala asignada en donde se da lugar a la velación, los familiares cercanos reciben las condolencias, flores y notas de pesar.

13. CONTACTO CON LOS MÚSICOS:

El personal a cargo contacta a los músicos dependiendo del gusto y preferencia de los clientes para así ambientar el lugar en el momento de la eucaristía.

14. CONTACTO CON EL SACERDOTE:

Se consulta a los familiares si desean que la misa sea oficializada por algún sacerdote de su preferencia o de no ser así, el personal se pone en contacto con el sacerdote para la celebración de la eucaristía.

15. CELEBRACION DE LA EUCARISTIA:

Se da lugar a la misa con la participación de los familiares, se ambienta con los músicos antes contratados, por lo general se hacen presentes personas que expresan sus sentimientos a familiares y amigos.

16. TRASLADO DEL CUERPO AL LUGAR DE EXHUMACIÓN:

Después de la celebración de la eucaristía se da unos minutos a los familiares para que puedan recibir las condolencias, luego se procede a trasladar el cuerpo hacia el lugar donde va a ser enterrado y se realiza el sepelio.

17. COBRO:

Se realiza después de haber prestado el servicio y de acuerdo a lo estipulado en la negociación, el cobro se realiza a la persona responsable.

3.3. ANALISIS DE LOS RECURSOS:

Escritorio Modular: Escritorio modular de modelo counter, ideal para una buena distribución de espacio y comodidad. Elaborado en fierro y madera. El precio aproximado de este es de \$200 y se consigue en oxl.com muebles de oficina.

Sillón Ejecutivo: Elaborado en malla y cuerina, con su base ajustable y 5 ruedas para brindar mayor movilidad, ideal con el escritorio modular, este tiene un precio de \$80,30 y es conseguido en oxl.com muebles de oficina.

Sillón de oficina: Sillón de oficina para visitas, de color negro en cuero y madera, a un precio de \$ 49 disponible en Coral Hipermercados.

Sillas: Elaboradas en fierro y cuerina, con base fija y con peso liviano para facilitar su movilidad. El precio unitario de es \$20, disponibles en Coral Hipermercados.

Sofá Cama: Fabricadas de madera y esponja tapizada, utilizadas en la salas de descanso para brindar comodidad a los familiares de los difuntos, tienen un precio de \$200, disponibles en Muebles Maderal.

Mesa Rectangular: Mesas utilizadas en el momento de la eucarística. Son de madera y poseen detalles que las hacen similares a las que se encuentran en las iglesias. Las encontramos en Taller Los Pinos a un precio de \$120.

Computadoras: Computador Asus Antec M2, trabajo pesado, Procesador AMD ATHOLN 7750+ SOCKET AM2, memoria de 2 gb DDR2 PC800 Kingston, disco duro de 500 gb Sata para grabar video, DVD –Rewriter SATA , teclado multimedia y mouse óptico a un precio de \$580 en PractiCompu.

Pedestales: Fabricados en madera con distintos tamaños dependiendo del uso que se le vaya a dar con precios que van desde los \$70 hasta los \$100 teniendo como proveedor a Mubles Artecto.

Crucifijo: Fabricados en madera y yeso, 1,10 * 55 cm, por artesanos cuencanos a un precio de \$290.

Software: Software, utilizado para la comunicación en red, comparte información bajo el mismo ambiente, con el fin de brindar un estado actualizado de los clientes o empleados de la empresa, aplica a todo el sistema de la funeraria tanto para emergencia como prepago, mantiene todas las operaciones administrativas y facturación a un precio de \$800 teniendo como proveedor Ishida&Asociados.

Guantes Quirúrgicos: Indispensables tanto para el personal que traslada el cuerpo a la funeraria como para el médico tanatopractico y para el personal encargado de vestir al cuerpo. Fabricados en látex y el proveedor encargado de éste es Quirófano, disponibles en cajas de 100 unidades a un precio de \$6,01.

Mascarillas: Sirven para proteger al personal y dar mayor higiene en el manejo de cadáveres, ya que proporciona seguridad ante infecciones, virus, sustancias toxicas, etc.

Son fabricadas en polipropileno y se encuentran en Quirófano en cajas de 50 unidades a un precio de \$5.

Camilla Desmontable: Sirve para trasladar el cuerpo desde el lugar de deceso hasta la carroza fúnebre y desde esta hasta la sala de tanatopraxia, es de metal para proporcionar resistencia, tiene 4 ruedas para permitir su fácil desplazamiento y sus patas poseen un sistema plegable para el traslado en la carroza fúnebre. Tiene un precio de \$600.

Camilla de Revison: Sirve para realizar la tanatopraxia, es de metal sus patas poseen un sistema fijo para evitar su movimiento, pues en esta se le revisa y maquilla al cadáver. Se la encuentra en Quirófano y su precio es de \$315.

Carroza Fúnebre: No existe una empresa que fabrique carrozas fúnebres, para este se compra un auto el cual es acondicionado para el traslado de cuerpos. Estos tiene un sistema interno de rodillos que hacen que el ataúd se pueda insertar y retirar con facilidad de la carroza. El precio promedio del automóvil listo es de \$27.000 aproximadamente.

Set Maquillaje Post Mortem: El maquillaje utilizado es especial, resistente al agua y de larga duración, debe ser utilizado un set en cada sesión debido a que después se puede contaminar, se adquiere en el Quirófano a un precio de \$40. Es un set de maquillaje que permite mejorar el aspecto del cuerpo para el momento de su velación.

Formol: Formol indispensable en la tanatopraxia, de venta por galones, requiere un manejo especial al ser un químico tan fuerte, disponible en galones a un precio de \$9 en El Quirófano Casa Médica.

Cafetera Eléctrica: Cafetera eléctrica de marca Westbend con capacidad para 42 tazas, para calentar y mantener agua caliente en la cafetería. Su precio es de \$72,07 y se la encuentra en Coral Hipermercados.

Basurero Rimax: Basurero plástico de marca Rimax con tapa y pedal de color plomo para baños, con un precio unitario de 5,66 teniendo como proveedor Coral Hipermercados.

Frazadas: Fabricadas en algodón de marca Golden Bear a un precio de \$15,54 teniendo como proveedor Coral Hipermercados.

Sábanas: Juego de sábanas fabricadas en algodón y bordadas a mano de marca Lamitex para una cama de plaza y media a un precio de \$22,55 disponibles en Flores.

Dispensador de Papel Higiénico: De Marca Kimberly Clark, de color blanco, redondo con capacidad para rollos de 40 m. a un precio de \$10,55 teniendo como proveedor El Quirófano Casa Médica.

Dispensador de Jabón: Dispensador de jabón líquido de marca familia, pequeño, ideal para los baños abiertos al público a un precio de \$12,75 en El Quirófano Casa Médica.

Algodón: Funda de algodón de marca Zuum de 50gr cada una, de venta en Coral Hipermercados a un precio de \$0,72.

Vasos: Vasos térmicos desechables, paquetes de 25 unidades, a un precio de \$0,78 de venta en Coral Hipermercados.

Cucharas: Cucharas plásticas pequeñas, transparentes de marca Cristal, están disponibles en paquetes de 50 unidades y su precio en Coral Hipermercados es de \$0,25.

Papel Higiénico: Paquete de Scott Jumbo papel higiénico, tiene 4 unidades y cada rollo 40 m disponible en Mega Limpio a un precio de \$ 10,06.

Servilletas: Las servilletas vienen en paquetes de 200 unidades, fabricadas en papel, con 2 dobleces teniendo como proveedor a Coral Hipermercados con un precio de \$1,44 por paquete.

Desinfectante: Desinfectante de pisos de marca Kalipto por galones, con olor aeucalipto, a un precio de \$6,66 en Mega Limpio.

Jabón: Jabón líquido para manos, presentación de 1 galón, de marca Zuum, olor a manzana a un precio de \$5,93.

Trapeador: Trapeador tornillo de 40 cm de largo, a un precio de \$2,44 Supermaxi.

Galletas: Galletas Ricas en paquetes de 30 unidades, o 240 gramos a un precio de \$1,30 teniendo como proveedor Supermaxi.

Azúcar: Azúcar Blanca San Carlos, en fundas de 1 kg. Disponible en Supermaxi a un precio de \$1,39.

Té: Té por cajas de 20 unidades, con envoltorios, de papel cada una, de marca horminians en distintos sabores a un precio de \$0,89 disponible en Supermaxi.

Café: Frasco de café de 170g, marca Pres2, granulado a un precio de \$4,72 en Supermaxi.

3.4. ANALISIS DEL TAMAÑO:

De acuerdo a la capacidad de la empresa, tanto en capital, tecnología, recursos y aspectos legales, la empresa podría atender como máximo a 336 personas, considerando lo expuesto anteriormente (velación de 14 personas por sala mensualmente con una duración de 2 días aproximadamente por velación) durante todo el año.

Considerando que la empresa es nueva en el mercado se estima que para el primer año la empresa atenderá aproximadamente de 13 a 18 personas mensuales, hasta lograr un posicionamiento del mismo hasta cubrir con su capacidad instalada de 336 personas anuales equivalentes a 28 personas mensuales.

3.5. ANALISIS DE LA LOCALIZACION:

CUADRO 3.1 FACTORES DE LOCALIZACION.

FACTORES DE LOCALIZACION						
FACTOR	PONDERACION	CHALLUABAMBA	SAN JOAQUIN	BAÑOS	RICAUARTE	CENTRO
AMPLITUD	80	80	80	60	60	20
CERCANIA	20	60	50	70	40	80
COSTO	50	30	40	50	50	20
VIAS DE ACCESO	50	80	60	40	40	20
RESTRICCIONES	60	80	80	60	50	10

Una vez realizado el análisis de los factores de localización, podemos ver que la mejor opción para desarrollar el proyecto es la autopista vía Challuabamba; este es un clima templado, ofrece un ambiente amplio y tranquilo, donde familiares y amigos del fallecido podrán despedirse en armonía y paz.

La funeraria Camino de Paz se construirá en una superficie de 1.000 m², en donde se tiene proyectado construir una edificación de 630 m², que contara con oficinas para el área administrativa, dos sales de velación, cada una con su respectiva sala de descanso y un pequeño altar en donde se celebrará las eucaristías. Además existirá una cafetería, baños privados, jardines y un amplio parqueadero para comodidad de los clientes.

Se ha considerado la amplitud del terreno para la comodidad de los clientes, la localización geográfica pues se debe tomar en cuenta que el sector urbano está creciendo y se desplaza hacia el sector rural, las restricciones legales y medio ambientales, el costo del terreno para minimizar los gastos de inversión, la distancia y las vías de acceso que permite que los clientes puedan llegar fácilmente a nuestras instalaciones, como factores principales, para el adecuado desarrollo del proyecto.

CAPITULO IV

ESTUDIO DE LA ORGANIZACION

4.1. CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA:

4.1.1. NOMBRE DEL PROYECTO:

Proyecto: FUNERARIA

Empresa: “Camino de Paz”

Respuesta orientada a la necesidad: venta de servicios.

Los servicios fúnebres a prestar serán de alta calidad, orientados a los estratos socioeconómicos medio-altos y altos de la ciudad de Cuenca.

4.1.2. TIPO DE PROYECTO:

El proyecto de la Funeraria “Camino de Paz” es de tipo privado, de servicios y de operación continua. Su objetivo es la obtención de utilidades, la prestación de un servicio fúnebre y su operación se mantendrá durante todo el período económico de forma continua y sin presentar variaciones pronunciadas en su nivel de ventas.

4.1.3. INICIO DE OPERACIONES:

La empresa funeraria Camino e Paz una vez determinado todos los factores necesarios para su incursión iniciará sus operaciones a partir del 1 de Enero del 2010.

4.1.4. DURACION DEL PROYECTO:

La duración total del proyecto es de 11 años, 4 meses, 1 semana distribuido sede la siguiente forma:

Duración del Proyecto			
	Fases	Duración	Duración por etapa
ETAPA PREINVERSION	Idea	1 semana	3 meses, 1 semana
	Formulación	2 meses	
	Evaluación Exente	1 mes	
ETAPA INVERSION	realización de las inversiones	10 meses	11 años, 1 mes
	Operación	10 años	
	Evaluación ExPost	3 meses	
Total		11 años, 4 meses, 1 semana	

4.1.5. MONTO DEL PROYECTO:

El monto del proyecto considerando todo lo necesario para el inicio de sus operaciones es de \$ 303.464,20

4.1.6 FUENTES DE FINANCIAMIENTO:

El financiamiento del proyecto se realizara de la siguiente forma:

El 64,26% corresponde al aporte de capital de los socios, considerando que hay 3 socios cada uno con un aporte de \$ 65.000.

El 35,74% a un préstamo que se hará a la Corporación Financiera Nacional correspondiente al valor de \$ 108.464,20.

4.2. CLASIFICACION AMBIENTAL:

El proyecto genera un impacto ambiental medio negativo, debido a que se da una emanación de químicos utilizados en el proceso de formolización del cuerpo.

4.3. MARCO LEGAL:

4.3.1. CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA:

Este proyecto contempla la creación de una compañía de responsabilidad limitada, conformada por cinco socios y cuyo capital mínimo de inversión establecido por la ley es de un monto mínimo de \$400, por lo que se ha decidido crear la compañía “Camino de Paz” Cía. Ltda.

Las razones por las que elegimos ser una compañía de responsabilidad limitada, son las siguientes:

- La responsabilidad del socio se limita al capital entregado para la integración del capital social, solo con la compañía.
- El hecho de no identificarse con la compañía y no responder frente a terceros por situaciones financieras de la empresa.
- Por ser una sociedad cerrada, más bien para pequeñas y medianas empresas con un capital inicial de \$400.

- Por la imposibilidad de negociar las participaciones sin el consentimiento unánime de todos los socios.
- El poder participar como socios en compañías de capitales y mixtos.
- Por beneficiar al grupo familiar habiendo sido éste su origen de oposición a las compañías en nombre colectivo en las que la responsabilidad es limitada, solidaria y subsidiaria.
- El poder transformarse en otro tipo de compañías si el número máximo de socios excede de 15 personas.

4.3.1.1. PROCEDIMIENTOS PARA CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA:

1. Reservar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías.
2. Si la suscripción se realiza con dinero en efectivo se tiene que abrir una “Cuenta de Integración de Capital” y si es con especies, se tiene que sacar un certificado en el Registro Mercantil de que no se encuentran gravados dichos bienes. La cuenta de integración pasa a formar parte de la escritura como documento habilitante. Para abrir la cuenta se necesita la siguiente documentación:
 - Realizar una carta aprobada por la Superintendencia de Compañías en la que se indique la constitución de la empresa.
 - Una carta dirigida al banco pidiéndole la apertura de la cuenta, en esta carta, debe constar la nomina de los socios y el valor que aporta cada uno.
 - Copias de las cédulas de identidad de cada socio.

- Copias de las papeletas de votación de cada socio y adicional \$10.
3. Otorgar en cualquier notaria la escritura de constitución de la compañía cuyo borrador o minuta deberá ser elaborada por un abogado.
 4. Presentar a la Superintendencia de Compañías tres ejemplares de la escritura publica con una solicitud de aprobación firmada por el abogado y la persona autorizada (que puede ser el mismo abogado).
 5. Si cumple con las disposiciones de Ley, se procede a emitir resolución de aprobación y extracto correspondiente.
 6. Se publica por una sola vez en un diario de mayor circulación, en el domicilio de la compañía el extracto respectivo de la compañía.
 7. Se margina la resolución aprobatoria en la notaria que se celebró.
 8. Se afilia la compañía en una de las Cámaras de la Producción y los requisitos son:

Personas Jurídicas:

- Copia de la escritura de constitución de la empresa.
- Copia de la cédula del gerente o representante legal.
- Realizar el trámite de afiliación en la oficina de información ubicada en el segundo piso de la Cámara de Comercio de Cuenca.
- Valor a pagarse según el capital declarado en las escrituras, de acuerdo a la tabla vigente en tesorería.

Personas Naturales:

- Copia de la cédula de identidad de la persona a afiliarse.
- Copia del RUC, si lo tiene.
- Realizar el trámite de afiliación en la oficina de información ubicada en el segundo piso del edificio de la Cámara de Comercio de Cuenca.
- Datos de información: dirección, teléfono, fax, e-mail.
- Valor a pagarse según el capital declarado en las escrituras, de acuerdo a la tabla vigente en tesorería.

9. Se inscribe la escritura de constitución en el Registro Mercantil.

10. Se emiten los nombramientos de los administradores y se los inscribe en el Registro Mercantil.

11. Remitir a la Superintendencia de Compañías la siguiente documentación:

- Publicación por la prensa.
- Un ejemplar de la Escritura y la Resolución ya marginada e inscrita.
- Copia del formulario 01- A RUC y 01- B RUC, que el SRI emite para el efecto.
- Nombramientos de administradores.

12. La SC emite una hoja de Datos Generales, para que el interesado pueda obtener el RUC en el SRI.

13. La SC autoriza la devolución del capital de la compañía depositado en el banco.

REQUISITOS:

Tipo de Sociedad	Capital Mínimo	No. Socios
Compañía Limitada	US \$ 400	Min 2 max 15
Sociedad Anónima	US \$ 800	Min 2, sin limite

La compañía de economía mixta posee los mismo requisitos que la compañía Anónima, pero se constituye con capitales (accionistas) del sector público y privado.

4.3.1.2. DOCUMENTOS QUE SE DEBE PRESENTAR PARA FINALIZAR EL TRÁMITE DE CONSTITUCIÓN:

1. Periódico en el cual se publico el extracto de la escritura (un ejemplar).
2. Escritura y Resolución.
3. Copia de nombramientos de los administradores inscritos en el Registro Mercantil.
4. Formulario del RUC (01- A) lleno y suscrito por el Representante Legal.
5. Copia del certificado de afiliación a una de las Cámaras según corresponda.

4.3.2. OBTENCIÓN DEL PERMISO SANITARIO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO:

Previo a la obtención del permiso sanitario anual de funcionamiento deberá:

1. Presentar un proyecto arquitectónico para su revisión y posterior aprobación una vez que cumpla todos los requisitos que para esta clase de actividades se requiere en el que contemple entre otros aspectos: oficina administrativa, servicio de cafetería, número de salas, área de parqueadero de los vehículos al interior del predio de acuerdo a la capacidad del local, servicios higiénicos por separado para damas y caballeros con revestimiento cerámico en piso y paredes a nivel de zócalo y dotado de todos los accesorios, además deberá cumplir todas las normas de arquitectura contempladas en la Ordenanza.
2. En caso de que la construcción exceda en 1000m² deberá proceder a realizar un estudio de impactos ambientales para lo cual tiene que coordinar con la comisión de Gestión Ambiental.
3. Obtener el RUC con la actividad objeto del permiso.
4. Presentar el permiso concedido por Benéfico Cuerpo de Bomberos.
5. En caso de colocar letreros publicitarios en el interior de su predio o fuera de él deberá obtener el correspondiente permiso municipal. Cabe indicar que ésta prohibido pintar publicidad sobre muros, fachadas, cerramientos, culatas, etc.

4.3.5. DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD:

El permiso de funcionamiento contendrá:

- Código y número de permiso de funcionamiento.
- Nombre o Razón Social del establecimiento.
- Nombre del propietario o Representante Legal.
- Número de RUC.
- Número de Cedula de Ciudadanía.

- Ubicación del Establecimiento.
- Tipo de Establecimiento y actividad.
- Categoría.
- Fecha de expedición y vencimiento.
- Firmas y sellos.

4.3.6. IMPUESTOS MUNICIPALES:

El representante legal debe acercarse a la tesorería municipal a cancelar las cuantías correspondientes a los siguientes impuestos:

- Impuesto patentes municipales.
- Tasa de Seguridad Ciudadana.

Declaración de impuestos del 1.5 por mil sobre activos totales.

4.3.7. PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DEL REGISTRO DE CONTRIBUYENTES:

4.3.7.1. INSCRIPCION EN EL RUC:

1.- Identificación del contribuyente.

Ecuatorianos: Original y copia de la cédula de identidad, y Original del certificado de votación del último proceso electoral.

2.- Original de un documento que identifique domicilio actual del contribuyente o del lugar en el que desarrolle su actividad económica

3.- Este documento puede ser una planilla de servicio eléctrico, teléfono agua potable, o el contrato del arrendatario.

4.3.7.2. INSCRIPCION DE LAS SOCIEDADES SUJETAS AL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS:

1. Presentar los Formularios RUC-01-A Y RUC -1-B suscritos por el representante legal.
2. Original y una copia de la escritura de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
3. Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
4. Identificación del Representante legal:
5. Original de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades, otorgado por la Superintendencia de Compañías.
6. Original del documento que identifique el domicilio principal en el que se desarrolla la actividad principal de la sociedad. Este documento puede ser planilla del servicio eléctrico, teléfono o agua potable, o el contrato de arrendamiento.

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero de la empresa Camino de Paz está enfocado en un escenario conservador considerando para sus proyecciones las variables más relevantes. Este estudio tiene por objeto responder las siguientes preguntas:

- ¿Cuánto dinero necesito?
- ¿De dónde obtengo ese dinero?
- ¿Cuántos ingresos?
- ¿Cuántos egresos?
- ¿Es rentable el proyecto?

5.1. ANALISIS DE INVERSIONES:

El análisis de las inversiones se realiza con el fin de determinar el dinero que se necesita para poder ejecutar el proyecto. Considerando los tres tipos de inversiones: fijas diferidas y capital de trabajo obtenemos como resultado que necesitamos una inversión total de \$303.464,20 como lo explica el siguiente cuadro.

CUADRO 5.1 INVERSION TOTAL

INVERSION TOTAL	
INVERSION FIJA	\$ 301.449,20
INVERSION DIFERIDA	\$ 1.300,00
INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO	\$ 715,00
TOTAL	\$ 303.464,20

5.1.1. INVERSIONES FIJAS:

Para el cálculo de la inversión fija se considera aquellos activos fijos que son tangibles con una duración mayor a un año, que no estén disponibles para la venta y que apoyan o intervienen directamente en el proceso productivo. Los detalles de éstas inversiones se describen a continuación:

CUADRO 5.2 INVERSION FIJA

INVERSION FIJA				
DETALLE		CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
TERRENO (m2)		1000	\$ 90,00	\$ 90.000,00
EDIFICIO (m2)		630	\$ 270,00	\$ 170.100,00
CARROZA FÚNEBRE		1	\$ 27.000,00	\$ 27.000,00
MOBILIARIO				
	ESCRITORIOS	4	\$ 200,00	\$ 800,00
	SILLON EJECUTIVO	4	\$ 80,30	\$ 321,20
	SILLONES	7	\$ 49,00	\$ 343,00
	SILLAS	350	\$ 20,00	\$ 7.000,00
	SOFA CAMA	2	\$ 200,00	\$ 400,00
	MESAS RECTANGULARES	2	\$ 120,00	\$ 240,00
	CAMILLA DESMONTABLE	1	\$ 600,00	\$ 600,00
	CAMILLA DE REVISION	1	\$ 315,00	\$ 315,00
	CRUCIFIJO	2	\$ 290,00	\$ 580,00
	PEDESTALES	20	\$ 80,00	\$ 1.600,00
EQUIPO SALA DE DESCANSO		2	\$ 80,00	\$ 160,00
EQUIPO DE COMPUTACION		3	\$ 580,00	\$ 1.740,00
OTROS				\$ 250,00
INVERSION FIJA TOTAL				\$ 301.449,20

5.1.2. INVERSIONES DIFERIDAS:

Las inversiones diferidas se han obtenido obtienen bajo el concepto de bienes intangibles que se adquieren al inicio de las operaciones y sirven después, para la ejecución de las actividades. Por lo tanto se ha considerado lo siguiente:

CUADRO 5.3 INVERSION DIFERIDA

INVERSION DIFERIDA			
DETALLE		CANTIDAD	PRECIO
GASTOS DE CONSTITUCION		1	\$ 500,00
SOFTWARE		1	\$ 800,00
INVERSION DIFERIDA TOTAL			\$ 1.300,00

5.1.3. INVERSIONES DE CAPITAL DE TRABAJO:

La inversión de capital de trabajo determina lo que se necesita el día que se va a trabajar o producir hasta el primer día que se recibe el primer ingreso por las ventas. Que prácticamente sería lo que necesitamos para brindar el primer servicio fúnebre inmediato.

Por tanto, las inversiones quedan determinadas de la siguiente forma:

CUADRO 5.4 INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO

INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO			
DETALLE		CANTIDAD	PRECIO
COFRE		1	\$ 300,00
ARREGLO FLORAL		4	\$ 150,00
MUSICA		1	\$ 40,00
EUCARISTIA		1	\$ 40,00
CAFETERIA		1	\$ 20,07
OBITUARIO		1	\$ 60,00
TRAMITES LEGALES		1	\$ 10,00
LIBRO DE MEMORIAS		1	\$ 10,00
MAQUILLAJE		1	\$ 40,00
EQUIPO DE LIMPIEZA		1	\$ 13,93
OTROS			\$ 31,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$ 715,00

5.2. ANALISIS DE FINANCIAMIENTO:

El capital necesario para la inversión del proyecto será financiado de la siguiente forma:

CUADRO 5.5 FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO		
DESCRIPCIÓN	MONTO	
Total de Inversión		\$ 303.464,20
Aporte Socio 1	\$ 65.000,00	
Aporte Socio 2	\$ 65.000,00	
Aporte Socio 3	\$ 65.000,00	
Financiamiento CFN	\$ 108.464,20	
Total de Financiamiento	\$ 303.464,20	

MONTO TOTAL: \$303.464, 20

APORTE SOCIOS: \$195.000

FIANCIAMIENTO: \$108.464,20

Sabiendo que se necesita \$ 303.464,20 y que se tienen 3 socios que constituirán la compañía cada uno aportara con un valor de \$ 65.000 y que suma en total \$195.000, el déficit de 108.464,20 se obtendrá en función de un préstamo, pues se pedirá un préstamo a la corporación financiera nacional (CFN) para la compra de activos fijos el cual tiene una tasa de interés anual del 11% y un plazo de 10 años.

De esta forma se adjunta la información necesaria (Anexo 5) y la respectiva tabla de amortización por los 10 años (Anexo 6)

5.3. ANALISIS DE INGRESOS:

CUADRO 5.6 ANÁLISIS DE INGRESOS

ANALISIS DE INGRESOS					
Producto	Unidad	Volumen Mensual	Volumen Anual	Precio Unitario	Ingreso Anual
Básico, Camino de Paz	Planes Fúnebres	13	190	\$ 1.100,00	\$ 209.000,00
Total Ingresos					\$ 209.000,00

Camino de Paz al analizar un solo producto como es el servicio de velación inmediato básico tiene previsto vender 190 unidades anuales respectivamente a un precio de \$ 1.100 por lo que sus ingresos respectivos serian de \$ 209.000. Con relación a esto se detalla la siguiente tabla de ingresos para los 10 años de vida del proyecto.

CUADRO 5.7 INGRESOS ANUALES

INGRESOS			
Anos	Numero	Precio	Total
1	190	\$ 1.100,00	\$ 209.000,00
2	219	\$ 1.133,00	\$ 248.127,00
3	241	\$ 1.167,00	\$ 281.247,00
4	265	\$ 1.202,00	\$ 318.530,00
5	278	\$ 1.238,00	\$ 344.164,00
6	292	\$ 1.275,00	\$ 372.300,00
7	304	\$ 1.313,00	\$ 399.152,00
8	316	\$ 1.352,00	\$ 427.232,00
9	329	\$ 1.393,00	\$ 458.297,00
10	336	\$ 1.435,00	\$ 482.160,00
TOTAL			\$ 3.540.209,00

Durante el primer año de operaciones la empresa pretende vender 190 planes fúnebres establecidos anteriormente y para los años subsiguientes se prevé un incremento del 15% para el primer año, del 10% para los siguientes dos años, el 5% para los siguientes dos, y conforme se va llegando a ocupar la capacidad máxima de intención de la empresa, el incremento de la venta de los servicios va disminuyendo hasta alcanzar un 4% para los años siete, ocho y nueve, terminando en un incremento del 2% para el año decimo llegando así a ocupar su capacidad al máximo para atender a sus clientes.

Dentro de estos datos es importante tomar en consideración que fue realizado bajo un escenario medio, no optimista ya que la demanda de los servicios está en constante crecimiento y esto no se ha considerado en el análisis de los ingresos, pese a ello, el resultado es muy alentador para la empresa pues son cifras bastante significativas.

De igual forma en el análisis del precio del servicio fúnebre, se ha considerado un incremento del 3% al igual que en el caso de los egresos, pues al conocer las tendencias y variaciones de la inflación pudimos determinar un promedio en los últimos tres meses.

5.4. ANALISIS DE EGRESOS, COSTOS Y GASTOS:

Haciendo un análisis de todos los costos y gastos que generara Camino de Paz, para la realización de sus actividades, se establece un horizonte de proyecto de diez años, similar al análisis de los ingresos teniendo en consideración un posible incremento de un tres por ciento de los mismos por causa de la inflación y otros factores que pueden afectar la operación de la empresa (Ver anexo 7).

La aproximación de estos egresos está determinada para diez años, considerando un horizonte del proyecto conservador y tomando en cuenta que mientras más lejanas sean las proyecciones, mas inciertas y variables pueden ser. Los egresos de la empresa se detallan en el anexo 8.

5.4.1. COSTOS FIJOS Y VARIABLES:

El conocimiento de los costos fijos y variables son fundamentales para determinar el punto de equilibrio, es decir el punto de partida para la proyección de ventas y determinación de utilidades. Los costos fijos están dados independientemente de del grado de actividad de Camino de Paz, es decir estos no varían de acuerdo al volumen de ventas de los servicios fúnebres, mientras los costos variables van de la mano del numero de servicios fúnebres que vamos a brindar, por lo que a mayores ventas, mayores costos variables.

Camino de Paz tiene como costos fijos mensuales \$5.430,39 y anuales de \$64.852,79, rubros que representan las cuentas de:

- Gastos Administrativos
 - Servicios Básicos.
 - Sueldos de Administrativos.
 - Depreciaciones de Activos.

- Gastos Financieros
 - Intereses Bancarios.

- Gastos de Venta
 - Sueldos de Ventas
 - Gastos de Publicidad
 - Servicios Básicos
 - Materiales y Suministros

- Costos de Producción
 - Sueldos de Producción

En cuanto a los costos variables la empresa hace referencia a los valores de los insumos necesarios para brindar el servicio fúnebre, que suma mensualmente \$5.720,00 y anualmente estos costos son de \$ 135.850,00, entre ellos están los siguientes:

- Cofre.
- Arreglos Florales.
- Música.
- Eucaristía.
- Cafetería.
- Obituario.
- Trámites Legales.
- Libro de Memorias.
- Maquillaje.
- Equipo de Limpieza.
- Otros.

El valor de estos costos se detalla en los Anexos 11 y 12.

5.5. RESULTADOS FINANCIEROS

Para la elaboración de este estado se han considerado las ventas previstas en el análisis de los ingresos y los costos de operación previstos en el análisis de los egresos. Lo que nos da a conocer la utilidad neta y el valor correspondiente a los impuestos, es decir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa Camino de Paz. Estos resultados son positivos para la empresa ya que se puede observar que a pesar del alto costo de la deuda las utilidades se incrementan significativamente para los diez años de horizonte del proyecto.

Una vez realizado el análisis de ingresos, gastos y flujos de caja, se puede concluir que el proyecto de la funeraria Camino de Paz es rentable, pues existe la capacidad de generar utilidades al futuro. Al ser un proyecto que tiene una alta inversión, las ganancias se verán reflejada a largo plazo, que permite cubrir la inversión inicial, los primeros años de operaciones.

CUADRO 5.8 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS	209000,00	248127,00	281247,00	318530,00	344164,00	372300,00	399152,00	427232,00	458297,00	482160,00
-Costos de Operación	140079,50	165638,94	187140,98	211149,44	227382,74	245000,15	261535,04	278589,15	297049,20	310623,34
= Utilidad Bruta	68920,50	82488,07	94106,02	107380,56	116781,26	127299,85	137616,96	148642,85	161247,80	171536,66
- Gastos de Administración	26893,64	27700,45	28531,46	29387,41	30269,03	31177,10	32112,41	33075,78	34068,06	35090,10
- Depreciación	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92
+ Venta de Activos	0,00	0,00	579,94	0,00	5400,00	579,94	0,00	0,00	579,94	182845,92
- Valor en Libros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	176210,00
UAI	26305,94	39066,70	50433,58	62272,23	76191,31	80981,77	89783,62	99846,14	112038,76	127361,56
- Intereses	11619,23	10889,05	10074,38	9165,44	8151,31	7019,83	5757,42	4348,93	2777,44	1024,10
UAI	14686,71	28177,65	40359,20	53106,80	68040,00	73961,94	84026,20	95497,22	109261,32	126337,46
- 15% trabajadores	2203,01	4226,65	6053,88	7966,02	10206,00	11094,29	12603,93	14324,58	16389,20	18950,62
- 25% Impuestos	3120,93	5987,75	8576,33	11285,19	14458,50	15716,91	17855,57	20293,16	23218,03	26846,71
= Utilidad Neta	\$ 9.362,78	\$ 17.963,25	\$ 25.728,99	\$ 33.855,58	\$ 43.375,50	\$ 47.150,74	\$ 53.566,70	\$ 60.879,48	\$ 69.654,09	\$ 80.540,13

5.6. PRESUPUESTO DE CAJA:

Para el análisis del flujo de caja se ha considerado tres posibles escenarios, uno moderado tomando en consideración aspectos relevantes como son la inflación, el índice de mortalidad y el incremento de los ingresos y egresos en función a dichos factores.

Este presupuesto permite a la empresa conocer sus flujos de caja, es decir los ingresos y egresos que esta va a tener a lo largo de su vida útil.

Es una herramienta muy necesaria, pues si existe un déficit, la empresa estará lista para cubrirlo ya sea mediante un préstamo o dinero ahorrado. A su vez si existe un excedente se puede tomar decisiones sobre como emplearlo de la mejor manera.

Los detalles del presupuesto de caja para la empresa funeraria Camino de Paz se describen a continuación:

FLUJO DE CAJA:

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS		209000,00	248127,00	281247,00	318530,00	344164,00	372300,00	399152,00	427232,00	458297,00	482160,00
- Costos de Operación		140079,50	165638,94	187140,98	211149,44	227382,74	245000,15	261535,04	278589,15	297049,20	310623,34
= Utilidad Bruta		68920,50	82488,07	94106,02	107380,56	116781,26	127299,85	137616,96	148642,85	161247,80	171536,66
- Gastos de Administración		26893,64	27700,45	28531,46	29387,41	30269,03	31177,10	32112,41	33075,78	34068,06	35090,10
- Depreciación		15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92
+ Venta de Activos		0,00	0,00	579,94	0,00	5400,00	579,94	0,00	0,00	579,94	182845,92
- Valor en Libros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	176210,00
UAI		26305,94	39066,70	50433,58	62272,23	76191,31	80981,77	89783,62	99846,14	112038,76	127361,56
- Intereses		11619,23	10889,05	10074,38	9165,44	8151,31	7019,83	5757,42	4348,93	2777,44	1024,10
UAI		14686,71	28177,65	40359,20	53106,80	68040,00	73961,94	84026,20	95497,22	109261,32	126337,46
- 15% trabajadores		2203,01	4226,65	6053,88	7966,02	10206,00	11094,29	12603,93	14324,58	16389,20	18950,62
- 25% Impuestos		3120,93	5987,75	8576,33	11285,19	14458,50	15716,91	17855,57	20293,16	23218,03	26846,71
= Utilidad Neta		9362,78	17963,25	25728,99	33855,58	43375,50	47150,74	53566,70	60879,48	69654,09	80540,13
+ Inter(1-t)		7407,26	6941,77	6422,42	5842,97	5196,46	4475,14	3670,36	2772,44	1770,62	652,87
+ Depreciacion		15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92
+ Valor en Libros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	176210,00
= Flujo Generado x op.		32490,96	40625,94	47872,33	55419,47	64292,88	67346,80	72957,98	79372,84	87145,63	273123,92
- Capital Trabajo	-465,77	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Inv. Inicial:	-303464,20	0,00	0,00	0,00	1740,00	0,00	27000,00	1740,00	0,00	0,00	1740,00
C.G.O.	-303929,97	32490,96	40625,94	47872,33	53679,47	64292,88	40346,80	71217,98	79372,84	87145,63	271383,92
- Inter (1-t)		7407,26	6941,77	6422,42	5842,97	5196,46	4475,14	3670,36	2772,44	1770,62	652,87
± deuda	-108464,20	-6309,91	-7040,08	-7854,75	-8763,70	-9777,82	-10909,30	-12171,71	-13580,21	-15151,69	-16905,03
= FC Libre de la Deuda	-303929,97	18773,79	26644,09	33595,16	39072,81	49318,60	24962,36	55375,91	63020,19	70223,32	253826,02

Recuperacion de la Inversion		\$ 9.362,78	\$ 27.326,03	\$ 53.055,02	\$ 86.910,60	\$ 130.286,10	\$ 177.436,84	\$ 231.003,54	\$ 291.883,02	\$ 361.537,11	\$ 442.077,24
-------------------------------------	--	-------------	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

El presupuesto de caja desde un enfoque pesimista, muestra que los ingresos disminuyeron por posibles factores internos y externos, como es la mala calidad de nuestro servicio, la competencia ya establecida en el mercado y la falta de acogida por parte de los ciudadanos. En este enfoque vemos la aparición de pérdida en el primer año, y si bien en los años posteriores la utilidad se incrementa, esta no alcanzará a la del presupuesto con el que estamos trabajando es decir con el moderado. (Ver anexo 13).

Al hablar del enfoque optimista estamos considerando que Camino de Paz va a tener una muy buena acogida en el medio, que por motivos de calidad en los servicios fúnebres y por la buena campaña publicitaria las personas han preferido hacer uso de las instalaciones de la empresa. Lo que quiere decir que desde sus inicios las ventas han superado las expectativas, lo que generara una mayor utilidad. (Ver anexo 14).

Estos tres flujos de caja nos dan una idea clara de las utilidades que tendría la organización en un plazo de diez años.

5.7. EVALUACION FINANCIERA Y ECONOMICA:

5.7.1. PUNTO DE EQUILIBRIO:

El punto de equilibrio es una herramienta que permite dar a conocer a la empresa la cantidad de servicios fúnebres que se debe vender al año para poder con esos ingresos cubrir los egresos ocasionados y no tener pérdidas.

Este es una base para las proyecciones de venta pues al cubrir los egresos se puede dimensionar las utilidades que se va a tener en la empresa.

PUNTO DE EQUILIBRIO

RUBRO	VALOR
COSTOS FIJOS	\$ 64.852,79
COSTOS VARIABLES	\$ 715,00
# PLANES	190
PRECIO DE VENTA	\$ 1.100,00

$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{PRECIO DE VENTA} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$
--

$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{64852,78573}{\$ 1.100,00 - 715}$
--

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES =	168,4487941
--	--------------------

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES =	\$ 185.293,67
---	----------------------

5.8. EVALUACION DE FACTIBILIDAD: VAN Y TIR:

El Valor Actual Neto de este proyecto es de \$98.004,57, que se obtiene mediante la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos y el desembolso inicial de la inversión, considerando también un costo de oportunidad promedio del costo del préstamo y de la tasa esperada de rendimiento. Desde el punto de vista del VAN, podemos considerar que el negocio en si, debe ser aceptado, pues este representa el valor de la riqueza que tiene un nuevo proyecto de inversión en el momento cero.

Por lo tanto si invertimos hoy \$303.929,97 y todo sale como se ha planificado, el proyecto aumentara el valor de la empresa en \$98.004,57.

Para determinar el costo de oportunidad del proyecto se ha considerado tanto el costo del crédito y la tasa mínima de rendimiento aceptada por el inversionista, a la tasa de rendimiento que otorga una entidad financiera por el dinero depositado en la misma.

Para su cálculo se realiza un promedio ponderado, tomando en cuenta el porcentaje correspondiente al préstamo y al aporte de los tres socios. (35,74% y 64,25% respectivamente). Valores que se ponderarán con su tasa de rendimiento y el costo de la deuda. (10% y 11%).

Entonces:

$$\begin{array}{r}
 64,25\% * 10\% = 6,425\% \\
 35,74\% * 11\% = 3,9314\% \\
 \hline
 \mathbf{10.36\%}
 \end{array}$$

Para efectos de cálculo se ha considerado un costo de oportunidad aproximado de 10,5%.

COSTO DE OPORTUNIDAD: 10,5%

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} = & -303.929,97 + \frac{32.490,96}{(1 - 0,105)} + \frac{40.625,94}{(1 - 0,105)^2} + \frac{47.872,33}{(1 - 0,105)^3} + \frac{55.419,47}{(1 - 0,105)^4} \\
 & + \frac{64.292,88}{(1 - 0,105)^5} + \frac{67.346,80}{(1 - 0,105)^6} + \frac{72.957,98}{(1 - 0,105)^7} + \frac{79.372,84}{(1 - 0,105)^8} \\
 & + \frac{87.145,63}{(1 - 0,105)^9} + \frac{271.383,92}{(1 - 0,105)^{10}}
 \end{aligned}$$

VAN: \$98.004,57

La Tasa Interna de Retorno es de 15,71%, esta tasa descuenta el valor de los futuros ingresos igualándolos con el desembolso inicial de la inversión, haciendo que el VAN sea igual a cero.

Esta medida de rentabilidad determina su rendimiento en términos relativos indicando el porcentaje de rentabilidad por cada dolor invertido en el proyecto, al ser la TIR mayor a nuestro costo de oportunidad debe ser aceptado el proyecto bajo su criterio.

$$\begin{aligned} \mathbf{TIR = 0} = & -303.929,97 + \frac{32.490,96}{(1 - TIR)} + \frac{40.625,94}{(1 - TIR)^2} + \frac{47.872,33}{(1 - TIR)^3} + \frac{55.419,47}{(1 - TIR)^4} \\ & + \frac{64.292,88}{(1 - TIR)^5} + \frac{67.346,80}{(1 - TIR)^6} + \frac{72.957,98}{(1 - TIR)^7} + \frac{79.372,84}{(1 - TIR)^8} + \frac{87.145,63}{(1 - TIR)^9} \\ & + \frac{271.383,92}{(1 - TIR)^{10}} \end{aligned}$$

TIR: 15,71%

El Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno, son positivas, siendo el TIR mayor a la tasa de descuento, lo que quiere decir que las expectativas de ganar invirtiendo en este proyecto son mayores a las que ganaríamos invirtiendo entidad financiera, confirmando el éxito del proyecto en términos de rentabilidad.

CONCLUSIONES

Una vez realizado el análisis de mercado, técnico, organizativo y financiero, podemos concluir que el proyecto de la Funeraria “Camino de Paz” en la ciudad de Cuenca en sí, es viable en términos de rentabilidad, pues existe una permanente demanda de servicios fúnebres y debido a su naturaleza no dejará de existir; Además, los ciudadanos requieren de un servicio mortuario completo y “Camino de Paz” posee todos los recursos necesarios para poder competir con eficacia dentro del mercado. Los estados financieros contemplan estos resultados mostrando cifras positivas cuyas reglas de decisión nos dicen que se debe aceptar el proyecto y avalan la obtención de utilidades desde el primer año de operaciones y el recupero de la inversión según las condiciones establecidas.

Finalmente podemos decir que la existencia de proyectos con resultados positivos es precisamente lo que hace funcionar una economía agregada. Los cambios en las regulaciones, oferta, demanda o precios, determinan que aparezcan más negocios y otros dejen de operar; por lo tanto se deben realizar aquellos con resultados positivos, que son los que aumentarán el valor de la empresa y por lo tanto maximizará la riqueza de los inversionistas.

RECOMENDACIONES

Con la obtención de éstos resultados que determinan la factibilidad del proyecto, recomendamos su ejecución a aquellas personas que tengan el deseo de invertir en un negocio propio y dispongan de los recursos necesarios para hacerlo; Pues el estudio de pre factibilidad de la funeraria “Camino de Paz” en la ciudad de Cuenca revela su viabilidad de mercado, económica y financiera, convirtiéndose en una opción favorable al momento de tomar una decisión de inversión, pues se aumentará el valor de la empresa como tal y a su vez las utilidades de los socios.

GLOSARIO

Tanatopraxia: Maquillaje del cuerpo previo el proceso de velación.

Proyecto: Es un modelo de emprendimiento en donde se prevén actividades recursos y tiempos para alcanzar los objetivos establecidos.

Riesgo: Probabilidad de ocurrencia de un acontecimiento negativo.

Demanda: Es el volumen total de los bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar bajo condiciones determinadas.

Competencia: Volumen total de bienes o servicios que los productores de los mismos se disponen a ofrecer en términos dados.

Precio: Es la expresión monetaria del valor, es el valor expresado en dinero.

Valor: Cantidad de satisfacción que puede ofrecer un producto.

Costo: lo que se necesita para producir un bien determinado.

Rentabilidad: Un proyecto de inversión de una empresa puede generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.

Análisis situacional: Es la correlación existente entre la cuatro variables determinantes del éxito de un negocio: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Entorno: Ambiente que rodea a la empresa, representa oportunidades y amenazas dentro de la misma.

Estudio de mercado: El estudio trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico.

Mercado: El mercado es el área geográfica donde operan los compradores y vendedores, se ofrecen a la venta bienes que transfieren la propiedad de los mismos.

Segmentación de Mercado: Dividir un mercado en varias partes o segmentos.”¹

¹ Material didáctico proporcionado por el Ing. Paúl Vanegas, Profesor del módulo “Evaluación de Proyectos”, Curso de graduación de la Universidad del Azuay, año 2009.

BIBLOGRAFIA

INFANTE VILLAREAL, Arturo, Evaluación de proyectos de inversión, Editorial Norma, Barcelona 1992, 399 Páginas.

LARREA MANTILLA, Raúl, Planificación y formulación de proyectos, Dirección general de comunicación y prensa, Imprenta del ministerio de relaciones exteriores, Quito, 1998, 205 Páginas.

SANIN ANGEL, Héctor, Manual de administración de proyectos de desarrollo local, IULA-CELCADEL, Quito-Ecuador.

JENKINGS, Gleen P, HARVERGER Arnold C, Análisis de Costo-Beneficio de las decisiones de inversión, INCAE, San José-Costa Rica.

MUÑOZ, Mario, Elaboración y formulación de proyectos, Universidad Central de Quito, Quito-Ecuador.

LASCANO LASCANO, Segundo R, Formulación y evaluación de proyectos, marzo 1997.

Instituto nacional de estadísticas y censos, Cuenca.

[http:// www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com).

[http:// www.ceypsa.utc.edu.ec](http://www.ceypsa.utc.edu.ec).

[Htth:// www.sri.gov.ec](Htth://www.sri.gov.ec).

Servicio de sanidad ecuatoriana.

Superintendencia de Compañías Cuenca. SC.

Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca.

ANEXOS

ANEXO 1:

CUADRO No. 1 DEFUNCIONES TOTALES, POR TIPO DE CERTIFICACIÓN DE PERSONAS RESIDENTES Y NO RESIDENTES, SEGÚN REGIONES, PROVINCIAS, CANTONES Y PARROQUIAS DE ACAECIMIENTO

REGIONES, PROVINCIAS, CANTONES Y PARROQUIAS	TOTAL GENERAL			TIPO DE CERTIFICACIÓN					
	TOTAL	RESIDENTES	NO RESIDENTES	CON CERTIFICACIÓN MÉDICA			SIN CERTIFICACIÓN MÉDICA		
				TOTAL	RESIDENTES	NO RESIDENTES	TOTAL	RESIDENTES	NO RESIDENTES
TOTAL REPÚBLICA:	60.023	48.328	11.695	53.801	42.617	11.184	6.222	5.711	511
REGIÓN SIERRA:	28.687	22.955	5.732	26.156	20.533	5.623	2.531	2.422	109
AZUAY	3.272	2.538	734	3.063	2.348	715	209	190	19
<u>CANTÓN CUENCA</u>	2.413	1.767	646	2.357	1.723	634	56	44	12
URBANO	1.899	1.289	610	1.885	1.283	602	14	6	8
PARROQUIAS RURALES	514	478	36	472	440	32	42	38	4
BAÑOS	52	45	7	48	40	8	6	5	1
CUMBE	26	26	-	25	25	-	1	1	-
CHAUCHA	7	6	1	4	3	1	3	3	-
CHECA (JIDCAY)	11	11	-	11	11	-	-	-	-
CHIQUINTAD	15	15	-	15	15	-	-	-	-
LLACAO	12	11	1	10	9	1	2	2	-
MOLLETURO	21	13	8	16	11	5	5	2	3
NULTI	18	16	2	17	15	2	1	1	-
OCTAVIO CORDERO PALACIOS	15	15	-	14	14	-	1	1	-
PACCHA	26	25	1	26	25	1	-	-	-
QUINGEO	25	25	-	14	14	-	11	11	-
RICAURTE	39	38	1	36	35	1	3	3	-
SAN JOAQUÍN	28	28	-	28	28	-	-	-	-
SANTA ANA	20	19	1	19	18	1	1	1	-
SAYAUSÍ	33	23	10	33	23	10	-	-	-
SIDCAY	22	22	-	22	22	-	-	-	-
SININCAY	34	34	-	31	31	-	3	3	-
TARQUI	28	26	2	25	23	2	3	3	-
TURI	13	12	1	11	10	1	2	2	-
VALLE	49	49	-	49	49	-	-	-	-
VICTORIA DEL PORTETE	20	19	1	20	19	1	-	-	-
<u>CANTÓN GIRON</u>	55	52	3	45	43	2	10	9	1
URBANO	42	41	1	34	34	-	8	7	1

ANEXO 2:

Anexo - B

CUADRO V
DEFUNCIONES TOTALES POR SEXO, SEGÚN REGIONES Y PROVINCIAS DE RESIDENCIA HABITUAL DE LA PERSONA FALLECIDA
PERÍODO 2003 - 2008

REGIONES Y PROVINCIAS	2003			2004			2005			2006			2007			2008		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL REPUBLICA:	45.647	25.955	19.692	46.942	26.912	20.030	48.402	27.809	20.593	57.940	32.775	25.165	58.016	33.103	24.913	60.023	34.509	25.514
REGIÓN SIERRA:	21.378	11.635	9.743	21.983	12.065	9.918	22.252	12.181	10.071	27.771	14.986	12.785	27.543	15.023	12.520	28.350	15.513	12.837
Azuay	2.894	1.544	1.350	2.874	1.543	1.331	3.029	1.646	1.383	2.893	1.540	1.353	3.095	1.658	1.437	3.058	1.600	1.458
Bolívar	993	521	472	1.005	553	452	1.041	566	475	1.021	557	464	1.034	573	461	1.101	594	507
Cañar	946	544	402	943	528	415	1.085	625	460	1.051	567	494	1.048	579	469	1.064	574	490
Carchi	719	402	317	745	408	337	758	419	339	846	471	375	749	387	362	805	462	343
Cotopaxi	2.044	1.113	931	2.010	1.118	892	2.029	1.093	936	2.104	1.179	925	2.002	1.118	884	2.120	1.156	964
Chimborazo	2.500	1.353	1.147	2.489	1.306	1.183	2.587	1.450	1.137	2.629	1.361	1.268	2.581	1.351	1.230	2.453	1.321	1.132
Imbabura	1.903	969	914	1.923	1.052	871	2.019	1.040	979	1.909	1.055	854	1.920	1.024	896	2.018	1.078	940
Loja	1.895	1.005	890	1.990	1.137	853	1.895	1.028	867	2.061	1.105	956	2.077	1.150	927	2.059	1.183	876
Pichincha	9.825	5.453	4.372	10.252	5.640	4.612	10.417	5.769	4.648	10.672	5.789	4.883	10.548	5.822	4.726	9.543	5.133	4.410
Tungurahua	2.492	1.320	1.172	2.574	1.404	1.170	2.547	1.382	1.165	2.575	1.362	1.213	2.489	1.361	1.128	2.752	1.546	1.206
Santo Domingo de los Tsáchilas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.377	866	511
REGIÓN COSTA:	23.531	13.840	9.691	24.055	14.248	9.807	25.260	15.050	10.210	28.041	16.494	11.547	28.302	16.718	11.584	29.542	17.669	11.873
El Oro	2.057	1.231	826	2.043	1.201	842	2.259	1.390	869	2.152	1.289	863	2.181	1.273	908	2.377	1.467	910
Esmeraldas	1.600	974	626	1.397	870	527	1.532	963	549	1.552	991	561	1.632	1.056	576	1.962	1.270	692
Guayas	13.745	8.048	5.697	14.240	8.371	5.869	14.883	8.706	6.177	15.281	8.838	6.443	15.205	8.840	6.365	14.660	8.554	6.105
Los Ríos	3.184	1.959	1.225	3.267	2.003	1.264	3.322	2.049	1.273	3.434	2.074	1.360	3.502	2.152	1.350	3.663	2.251	1.412
Manabí	5.002	2.859	2.143	5.151	3.004	2.147	5.523	3.312	2.211	5.622	3.302	2.320	5.782	3.397	2.385	5.985	3.622	2.363
Santa Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	895	505	390
REGIÓN AMAZÓNICA:	634	405	229	635	420	215	633	422	211	1.822	1.088	734	1.881	1.172	708	1.989	1.241	758
Morona Santiago	311	185	126	300	172	128	312	169	143	368	192	176	320	168	152	338	210	128
Napo	241	152	89	237	153	84	254	155	99	296	177	119	337	190	147	336	208	128
Pastaza	180	105	75	158	99	59	200	121	79	187	107	80	204	124	80	210	109	101
Zamora Chinchipe	252	129	123	227	131	96	243	140	103	254	145	108	267	169	98	269	157	112
Sucumbios	391	256	135	356	248	108	362	244	118	438	291	147	444	318	126	463	303	160
Orellana	243	149	94	279	172	107	271	178	93	279	175	104	309	203	106	383	254	129
REGIÓN INSULAR:	35	26	9	24	12	12	40	22	18	27	22	5	35	25	10	29	13	16
Galápagos	35	26	9	24	12	12	40	22	18	27	22	5	35	25	10	29	13	14
EXTERIOR:	69	49	20	66	49	17	53	33	20	88	66	22	64	52	12	73	52	21
ZONAS NO DELIMITADAS:	-	-	-	179	118	61	164	101	63	191	119	72	191	113	78	30	21	9

ANEXO 3:

CUADRO No. 29
ENIGHU - POBLACIÓN - INGRESOS - CUENCA
POBLACIÓN E INGRESOS CORRIENTES ANUALES POR QUINTILES DEL HOGAR, SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD DEL JEFE ECONÓMICO

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	TOTAL		QUINTILES									
			QUINTIL 1		QUINTIL 2		QUINTIL 3		QUINTIL 4		QUINTIL 5	
	POBLACIÓN	INGRESO	POBLACIÓN	INGRESO	POBLACIÓN	INGRESO	POBLACIÓN	INGRESO	POBLACIÓN	INGRESO	POBLACIÓN	INGRESO
	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES
TOTAL	292.224	615.289.897	77.146	58.694.415	62.571	86.901.982	60.181	119.123.299	52.993	151.863.060	39.333	198.707.141
10 A 24 AÑOS	17.722	26.765.886	6.759	5.424.485	4.564	6.290.432	4.344	7.913.515	1.429	4.119.339	626	3.018.114
25 A 34 AÑOS	56.934	109.846.468	18.082	13.524.215	13.001	17.666.691	10.602	21.556.602	7.831	22.114.774	7.419	34.984.186
35 A 44 AÑOS	68.253	139.946.001	17.225	14.498.473	17.662	24.621.843	10.764	20.654.050	15.269	43.611.663	7.332	36.559.971
45 A 54 AÑOS	83.340	178.795.929	22.618	16.706.704	15.699	21.612.155	17.764	35.092.616	14.035	39.440.203	13.224	65.944.252
55 A 64 AÑOS	38.933	86.216.704	8.580	4.966.901	6.742	9.782.915	10.891	21.517.241	7.661	23.122.047	5.059	26.827.599
65 AÑOS Y MÁS	27.043	73.718.909	3.882	3.573.637	4.904	6.927.945	5.815	12.389.274	6.768	19.455.035	5.674	31.373.018
	149.316		35.080		27.345		34.470		28.464		23.957	
TOTAL HOMBRES	214.884	471.852.112	53.431	41.920.428	42.340	59.108.814	45.454	89.951.945	41.423	118.749.044	32.236	162.121.881
10 A 24 AÑOS	11.932	17.008.893	5.032	3.838.760	3.698	5.131.147	1.539	2.786.944	1.284	3.607.028	379	1.645.015
25 A 34 AÑOS	42.091	86.945.157	11.866	9.474.819	8.944	12.109.414	9.171	18.330.148	5.400	15.132.969	6.711	31.897.807
35 A 44 AÑOS	51.941	110.710.439	12.736	11.085.115	11.086	15.422.397	8.817	16.975.214	13.351	37.926.160	5.951	29.301.553
45 A 54 AÑOS	61.334	142.851.728	14.673	11.152.691	9.099	12.637.117	14.563	28.765.648	10.917	30.474.438	12.082	59.821.833
55 A 64 AÑOS	30.334	69.372.269	6.102	3.505.196	6.390	9.325.430	6.722	13.011.921	6.957	20.966.854	4.163	22.562.868
65 AÑOS Y MÁS	17.251	44.963.627	3.022	2.863.847	3.123	4.483.309	4.642	10.082.071	3.514	10.641.595	2.950	16.892.805
TOTAL MUJERES	77.341	143.437.785	23.715	16.773.987	20.231	27.793.168	14.727	29.171.354	11.570	33.114.015	7.097	36.585.260
10 A 24 AÑOS	5.790	9.756.993	1.727	1.585.726	866	1.159.285	2.805	5.126.571	145	512.312	247	1.373.099
25 A 34 AÑOS	14.843	22.901.311	6.216	4.049.396	4.056	5.557.278	1.431	3.226.454	2.431	6.981.805	708	3.086.379
35 A 44 AÑOS	16.312	29.235.562	4.489	3.413.358	6.576	9.199.447	1.947	3.678.836	1.918	5.685.502	1.381	7.258.419
45 A 54 AÑOS	22.006	35.944.202	7.945	5.554.013	6.600	8.975.037	3.201	6.326.968	3.117	8.965.764	1.142	6.122.419
55 A 64 AÑOS	8.599	16.844.435	2.478	1.461.705	352	457.486	4.169	8.505.320	704	2.155.193	896	4.264.731
65 AÑOS Y MÁS	9.791	28.755.283	859	709.790	1.781	2.444.636	1.174	2.307.203	3.254	8.813.440	2.724	14.480.213

Fuente: INEC, ENIGHU 2003 - 2004

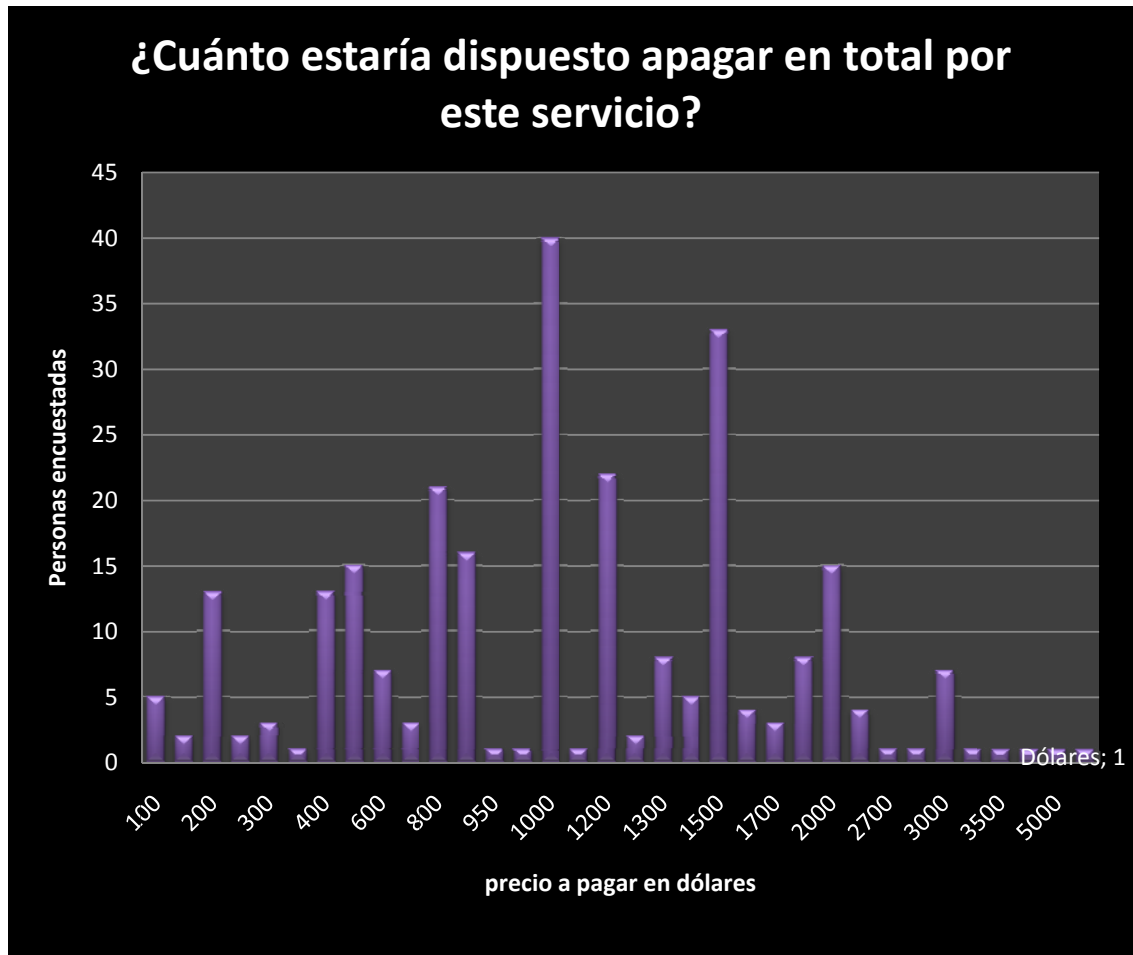
ANEXO 4:

ESTUDIO DE MERCADO: ENCUESTAS

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en total por este servicio fúnebre?

Orden	Dólares	No personas	Porcentaje
1	100	5	1,91
2	150	2	0,76
3	200	13	4,96
4	250	2	0,76
5	300	3	1,15
6	350	1	0,38
7	400	13	4,96
8	500	15	5,73
9	600	7	2,67
10	700	3	1,15
11	800	21	8,02
12	900	16	6,11
13	950	1	0,38
14	960	1	0,38
15	1000	40	15,27
16	1100	1	0,38
17	1200	22	8,40
18	1250	2	0,76
19	1300	8	3,05
20	1400	5	1,91
21	1500	33	12,60
22	1600	4	1,53
23	1700	3	1,15
24	1800	8	3,05
25	2000	15	5,73
26	2500	4	1,53
27	2700	1	0,38
28	2800	1	0,38
29	3000	7	2,67
30	3200	1	0,38
31	3500	1	0,38
32	4800	1	0,38
33	5000	1	0,38
34	10000	1	0,38
	Totales	262	100,00

RESULTADOS PREGUNTA 1:

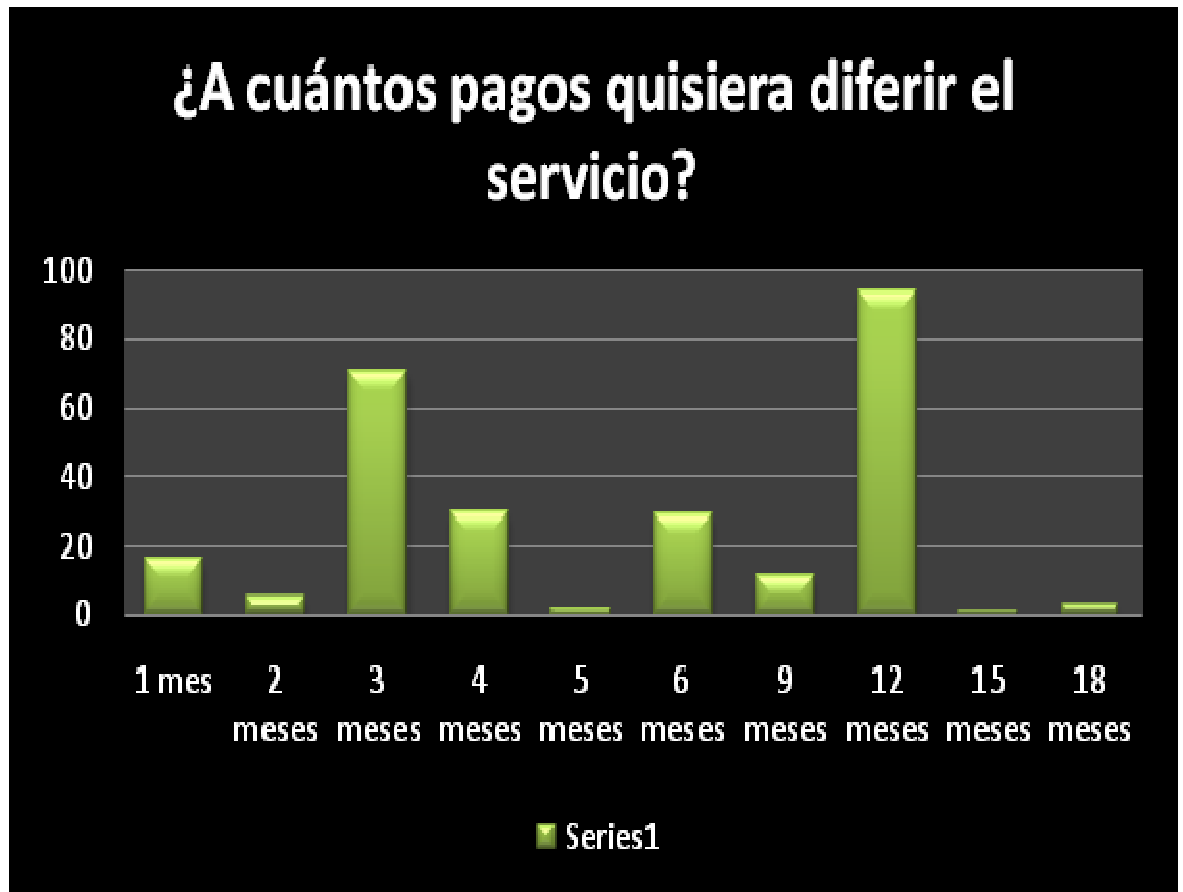


En estos resultados obtenidos, apreciamos que un 15.27% de personas encuestadas están dispuestos a pagar por los servicios funerarios \$ 1.000, seguido por un alto porcentaje del 12.60% que pagarían \$ 1.500, y un 8,02% con \$800, considerando que estos porcentajes son los más altos podemos pensar en formar planes funerarios que se adapten a estos precios.

¿A cuántos pagos quisiera diferir?

N° DE CUOTAS	N° DE PERSONAS
1 mes	16
2 meses	5
3 meses	71
4 meses	30
5 meses	2
6 meses	29
9 meses	11
12 meses	94
15 meses	1
18 meses	3

RESULTADOS PREGUNTA 2:



En esta pregunta sobre el plazo para diferir los pagos, observamos que la mayor parte de la gente prefiere un plazo diferido de 12 meses, este resultado nos parece favorable ya que de este modo no tendríamos cuentas pendientes de largo tiempo. Otro dato importante es la opción de diferir a 3 pagos mensuales, seguidamente por el diferido a 4 y 6 meses.

ANEXO 5:



Crédito Directo

CRÉDITO DIRECTO	
DESTINO	Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente. Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc. Asistencia técnica.
BENEFICIARIO	Personas naturales. Personas jurídicas sin importar la composición de su capital social (privada, mixta o pública); bajo el control de la Superintendencia de Compañías. Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones; con personería jurídica.
MONTO	Hasta el 70%; para proyectos nuevos. Hasta el 100% para proyectos de ampliación. Hasta el 60% para proyectos de construcción para la venta. Desde US\$ 100,000* Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total): *El monto máximo será definido de acuerdo a la metodología de riesgos de la CFN.
PLAZO	Activo Fijo: hasta 10 años. Capital de Trabajo: hasta; 3 años. Asistencia Técnica: hasta; 3 años.
PERÍODO DE GRACIA	Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.

TASAS DE INTERÉS	Capital de trabajo: 10.5%; Activos Fijos: 10.5% hasta 5 años. 11% hasta 10 años.
GARANTÍA	Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada. La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.
DESEMBOLSOS	De acuerdo a cronograma aprobado por la CFN. Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor adeudado a la CFN.
SITUACIONES ESPECIALES DE FINANCIAMIENTO	Aporte del cliente en: Construcción: Hasta el 40% del costo del proyecto, conforme a normativa vigente de la CFN (incluye valor de terreno). Se financia: Terreno: Solamente en proyectos de reubicación o ampliación, conforme a normativa vigente de la CFN.
REQUISITOS	Para créditos de hasta US\$ 300,000 no se requiere proyecto de evaluación. Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético. Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal. Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen. Carta de pago de los impuestos. Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda. Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles. Proformas de la maquinaria a adquirir. Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

ANEXO 6:

IMPORTE:	\$ 108.464,20	
TASA:	0,11	
PLAZO:	10	AÑOS

CUOTA MENSUAL:	\$ 1.494,09
INTERES:	\$ 994,26
PAGO CAPITAL:	\$ 499,84

TABLA DE AMORTIZACION

NRO CUOTA	CAPITAL	TASA	CUOTA	SALDO
1	\$ 499,84	\$ 994,26	\$ 1.494,09	\$ 107.964,36
2	\$ 504,42	\$ 989,67	\$ 1.494,09	\$ 107.459,94
3	\$ 509,05	\$ 985,05	\$ 1.494,09	\$ 106.950,89
4	\$ 513,71	\$ 980,38	\$ 1.494,09	\$ 106.437,18
5	\$ 518,42	\$ 975,67	\$ 1.494,09	\$ 105.918,76
6	\$ 523,17	\$ 970,92	\$ 1.494,09	\$ 105.395,59
7	\$ 527,97	\$ 966,13	\$ 1.494,09	\$ 104.867,62
8	\$ 532,81	\$ 961,29	\$ 1.494,09	\$ 104.334,81
9	\$ 537,69	\$ 956,40	\$ 1.494,09	\$ 103.797,12
10	\$ 542,62	\$ 951,47	\$ 1.494,09	\$ 103.254,50
11	\$ 547,59	\$ 946,50	\$ 1.494,09	\$ 102.706,91
12	\$ 552,61	\$ 941,48	\$ 1.494,09	\$ 102.154,29
13	\$ 557,68	\$ 936,41	\$ 1.494,09	\$ 101.596,61
14	\$ 562,79	\$ 931,30	\$ 1.494,09	\$ 101.033,82
15	\$ 567,95	\$ 926,14	\$ 1.494,09	\$ 100.465,87
16	\$ 573,16	\$ 920,94	\$ 1.494,09	\$ 99.892,71
17	\$ 578,41	\$ 915,68	\$ 1.494,09	\$ 99.314,30
18	\$ 583,71	\$ 910,38	\$ 1.494,09	\$ 98.730,59
19	\$ 589,06	\$ 905,03	\$ 1.494,09	\$ 98.141,52
20	\$ 594,46	\$ 899,63	\$ 1.494,09	\$ 97.547,06
21	\$ 599,91	\$ 894,18	\$ 1.494,09	\$ 96.947,15
22	\$ 605,41	\$ 888,68	\$ 1.494,09	\$ 96.341,73
23	\$ 610,96	\$ 883,13	\$ 1.494,09	\$ 95.730,77
24	\$ 616,56	\$ 877,53	\$ 1.494,09	\$ 95.114,21
25	\$ 622,21	\$ 871,88	\$ 1.494,09	\$ 94.491,99
26	\$ 627,92	\$ 866,18	\$ 1.494,09	\$ 93.864,08
27	\$ 633,67	\$ 860,42	\$ 1.494,09	\$ 93.230,40
28	\$ 639,48	\$ 854,61	\$ 1.494,09	\$ 92.590,92
29	\$ 645,34	\$ 848,75	\$ 1.494,09	\$ 91.945,58
30	\$ 651,26	\$ 842,83	\$ 1.494,09	\$ 91.294,32

31	\$ 657,23	\$ 836,86	\$ 1.494,09	\$ 90.637,09
32	\$ 663,25	\$ 830,84	\$ 1.494,09	\$ 89.973,83
33	\$ 669,33	\$ 824,76	\$ 1.494,09	\$ 89.304,50
34	\$ 675,47	\$ 818,62	\$ 1.494,09	\$ 88.629,03
35	\$ 681,66	\$ 812,43	\$ 1.494,09	\$ 87.947,37
36	\$ 687,91	\$ 806,18	\$ 1.494,09	\$ 87.259,46
37	\$ 694,22	\$ 799,88	\$ 1.494,09	\$ 86.565,24
38	\$ 700,58	\$ 793,51	\$ 1.494,09	\$ 85.864,66
39	\$ 707,00	\$ 787,09	\$ 1.494,09	\$ 85.157,66
40	\$ 713,48	\$ 780,61	\$ 1.494,09	\$ 84.444,18
41	\$ 720,02	\$ 774,07	\$ 1.494,09	\$ 83.724,15
42	\$ 726,62	\$ 767,47	\$ 1.494,09	\$ 82.997,53
43	\$ 733,28	\$ 760,81	\$ 1.494,09	\$ 82.264,25
44	\$ 740,01	\$ 754,09	\$ 1.494,09	\$ 81.524,24
45	\$ 746,79	\$ 747,31	\$ 1.494,09	\$ 80.777,45
46	\$ 753,63	\$ 740,46	\$ 1.494,09	\$ 80.023,82
47	\$ 760,54	\$ 733,55	\$ 1.494,09	\$ 79.263,27
48	\$ 767,51	\$ 726,58	\$ 1.494,09	\$ 78.495,76
49	\$ 774,55	\$ 719,54	\$ 1.494,09	\$ 77.721,21
50	\$ 781,65	\$ 712,44	\$ 1.494,09	\$ 76.939,56
51	\$ 788,82	\$ 705,28	\$ 1.494,09	\$ 76.150,74
52	\$ 796,05	\$ 698,05	\$ 1.494,09	\$ 75.354,70
53	\$ 803,34	\$ 690,75	\$ 1.494,09	\$ 74.551,35
54	\$ 810,71	\$ 683,39	\$ 1.494,09	\$ 73.740,65
55	\$ 818,14	\$ 675,96	\$ 1.494,09	\$ 72.922,51
56	\$ 825,64	\$ 668,46	\$ 1.494,09	\$ 72.096,87
57	\$ 833,21	\$ 660,89	\$ 1.494,09	\$ 71.263,66
58	\$ 840,84	\$ 653,25	\$ 1.494,09	\$ 70.422,82
59	\$ 848,55	\$ 645,54	\$ 1.494,09	\$ 69.574,27
60	\$ 856,33	\$ 637,76	\$ 1.494,09	\$ 68.717,94
61	\$ 864,18	\$ 629,91	\$ 1.494,09	\$ 67.853,76
62	\$ 872,10	\$ 621,99	\$ 1.494,09	\$ 66.981,66
63	\$ 880,10	\$ 614,00	\$ 1.494,09	\$ 66.101,56
64	\$ 888,16	\$ 605,93	\$ 1.494,09	\$ 65.213,40
65	\$ 896,31	\$ 597,79	\$ 1.494,09	\$ 64.317,09
66	\$ 904,52	\$ 589,57	\$ 1.494,09	\$ 63.412,57
67	\$ 912,81	\$ 581,28	\$ 1.494,09	\$ 62.499,76
68	\$ 921,18	\$ 572,91	\$ 1.494,09	\$ 61.578,58
69	\$ 929,62	\$ 564,47	\$ 1.494,09	\$ 60.648,95
70	\$ 938,15	\$ 555,95	\$ 1.494,09	\$ 59.710,81
71	\$ 946,75	\$ 547,35	\$ 1.494,09	\$ 58.764,06
72	\$ 955,42	\$ 538,67	\$ 1.494,09	\$ 57.808,64
73	\$ 964,18	\$ 529,91	\$ 1.494,09	\$ 56.844,46
74	\$ 973,02	\$ 521,07	\$ 1.494,09	\$ 55.871,44
75	\$ 981,94	\$ 512,15	\$ 1.494,09	\$ 54.889,50
76	\$ 990,94	\$ 503,15	\$ 1.494,09	\$ 53.898,56
77	\$ 1.000,02	\$ 494,07	\$ 1.494,09	\$ 52.898,53
78	\$ 1.009,19	\$ 484,90	\$ 1.494,09	\$ 51.889,34
79	\$ 1.018,44	\$ 475,65	\$ 1.494,09	\$ 50.870,90
80	\$ 1.027,78	\$ 466,32	\$ 1.494,09	\$ 49.843,12
81	\$ 1.037,20	\$ 456,90	\$ 1.494,09	\$ 48.805,92
82	\$ 1.046,71	\$ 447,39	\$ 1.494,09	\$ 47.759,21
83	\$ 1.056,30	\$ 437,79	\$ 1.494,09	\$ 46.702,91
84	\$ 1.065,98	\$ 428,11	\$ 1.494,09	\$ 45.636,93
85	\$ 1.075,76	\$ 418,34	\$ 1.494,09	\$ 44.561,17
86	\$ 1.085,62	\$ 408,48	\$ 1.494,09	\$ 43.475,56
87	\$ 1.095,57	\$ 398,53	\$ 1.494,09	\$ 42.379,99
88	\$ 1.105,61	\$ 388,48	\$ 1.494,09	\$ 41.274,38

INTERESES:	CAPITAL:
\$ 10.074,38	\$ 7.854,75

INTERESES:	CAPITAL:
\$ 9.165,44	\$ 8.763,70

INTERESES:	CAPITAL:
\$ 8.151,31	\$ 9.777,82

INTERESES:	CAPITAL:
\$ 7.019,83	\$ 10.909,30

INTERESES:	CAPITAL:
\$ 5.757,42	\$ 12.171,71

89	\$ 1.115,75	\$ 378,35	\$ 1.494,09	\$ 40.158,63
90	\$ 1.125,97	\$ 368,12	\$ 1.494,09	\$ 39.032,66
91	\$ 1.136,30	\$ 357,80	\$ 1.494,09	\$ 37.896,36
92	\$ 1.146,71	\$ 347,38	\$ 1.494,09	\$ 36.749,65
93	\$ 1.157,22	\$ 336,87	\$ 1.494,09	\$ 35.592,43
94	\$ 1.167,83	\$ 326,26	\$ 1.494,09	\$ 34.424,60
95	\$ 1.178,54	\$ 315,56	\$ 1.494,09	\$ 33.246,06
96	\$ 1.189,34	\$ 304,76	\$ 1.494,09	\$ 32.056,72
97	\$ 1.200,24	\$ 293,85	\$ 1.494,09	\$ 30.856,48
98	\$ 1.211,24	\$ 282,85	\$ 1.494,09	\$ 29.645,24
99	\$ 1.222,35	\$ 271,75	\$ 1.494,09	\$ 28.422,89
100	\$ 1.233,55	\$ 260,54	\$ 1.494,09	\$ 27.189,34
101	\$ 1.244,86	\$ 249,24	\$ 1.494,09	\$ 25.944,48
102	\$ 1.256,27	\$ 237,82	\$ 1.494,09	\$ 24.688,21
103	\$ 1.267,79	\$ 226,31	\$ 1.494,09	\$ 23.420,42
104	\$ 1.279,41	\$ 214,69	\$ 1.494,09	\$ 22.141,02
105	\$ 1.291,14	\$ 202,96	\$ 1.494,09	\$ 20.849,88
106	\$ 1.302,97	\$ 191,12	\$ 1.494,09	\$ 19.546,91
107	\$ 1.314,91	\$ 179,18	\$ 1.494,09	\$ 18.232,00
108	\$ 1.326,97	\$ 167,13	\$ 1.494,09	\$ 16.905,03
109	\$ 1.339,13	\$ 154,96	\$ 1.494,09	\$ 15.565,90
110	\$ 1.351,41	\$ 142,69	\$ 1.494,09	\$ 14.214,49
111	\$ 1.363,79	\$ 130,30	\$ 1.494,09	\$ 12.850,69
112	\$ 1.376,30	\$ 117,80	\$ 1.494,09	\$ 11.474,40
113	\$ 1.388,91	\$ 105,18	\$ 1.494,09	\$ 10.085,49
114	\$ 1.401,64	\$ 92,45	\$ 1.494,09	\$ 8.683,84
115	\$ 1.414,49	\$ 79,60	\$ 1.494,09	\$ 7.269,35
116	\$ 1.427,46	\$ 66,64	\$ 1.494,09	\$ 5.841,89
117	\$ 1.440,54	\$ 53,55	\$ 1.494,09	\$ 4.401,35
118	\$ 1.453,75	\$ 40,35	\$ 1.494,09	\$ 2.947,60
119	\$ 1.467,07	\$ 27,02	\$ 1.494,09	\$ 1.480,52
120	\$ 1.480,52	\$ 13,57	\$ 1.494,09	\$ 0,00

INTERESES:	CAPITAL:
\$ 4.348,93	\$ 13.580,21

INTERESES:	CAPITAL:
\$ 2.777,44	\$ 15.151,69

INTERESES:	CAPITAL:
\$ 1.024,10	\$ 16.905,03

ANEXO 7:



BANCO CENTRAL DEL ECUADOR



Abril 06 de 2010

Ayudas
Acceso Directo ▾
Contáctenos

El Banco Central	Estadística	Mercados Financieros	Servicios Bancarios	Publicaciones de Banca Central
Cultura	Bibliotecas	Comunicación y Medios	Entidad de Certificación	Comercio Exterior



Seleccione otro indicador ▾

FECHA	VALOR
Febrero-28-2010	4.31 %
Enero-31-2010	4.44 %
Diciembre-31-2009	4.31 %
Noviembre-30-2009	4.02 %
Octubre-31-2009	3.50 %
Septiembre-30-2009	3.29 %
Agosto-31-2009	3.33 %
Julio-31-2009	3.85 %
Junio-30-2009	4.54 %
Mayo-31-2009	5.41 %
Abril-30-2009	6.52 %
Marzo-31-2009	7.44 %
Febrero-28-2009	7.85 %
Enero-31-2009	8.36 %
Diciembre-31-2008	8.83 %
Noviembre-30-2008	9.13 %
Octubre-31-2008	9.85 %
Septiembre-30-2008	9.97 %
Agosto-31-2008	10.02 %
Julio-31-2008	9.87 %
Junio-30-2008	9.69 %
Mayo-31-2008	9.29 %
Abril-30-2008	8.18 %
Marzo-31-2008	6.56 %

Datos Comparables

Selección dato a comparar:

Fecha Inicial: 2008 ▾ Marzo ▾ 31 ▾

Fecha Final: 2010 ▾ Febrero ▾ 28 ▾

ANEXO 8:

EGRESOS											
GASTOS ADMINISTRATIVOS											
RUBRO	COSTO MENSUAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10
SERVICIOS BASICOS	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 741,60	\$ 763,85	\$ 786,76	\$ 810,37	\$ 834,68	\$ 859,72	\$ 885,51	\$ 912,07	\$ 939,44
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.181,14	\$ 26.173,64	\$ 26.958,85	\$ 27.767,61	\$ 28.600,64	\$ 29.458,66	\$ 30.342,42	\$ 31.252,69	\$ 32.190,28	\$ 33.155,98	\$ 34.150,66
DEPRECIACION DE ACTIVOS	\$ 1.310,08	\$ 15.720,92	\$ 15.720,92	\$ 15.720,92	\$ 15.720,92	\$ 15.720,92	\$ 15.720,92	\$ 15.720,92	\$ 15.720,92	\$ 15.720,92	\$ 15.720,92
TOTAL	\$ 3.551,21	\$ 42.614,56	\$ 43.421,37	\$ 44.252,38	\$ 45.108,33	\$ 45.989,95	\$ 46.898,02	\$ 47.833,33	\$ 48.796,70	\$ 49.788,98	\$ 50.811,02
COSTOS DE PRODUCCION											
RUBRO	COSTO MENSUAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10
SUELDOS DE PRODUCCION	\$ 352,46	\$ 4.229,50	\$ 4.356,39	\$ 4.487,08	\$ 4.621,69	\$ 4.760,34	\$ 4.903,15	\$ 5.050,24	\$ 5.201,75	\$ 5.357,80	\$ 5.518,54
COFRE	\$ 2.400,00	\$ 57.000,00	\$ 67.671,00	\$ 76.638,00	\$ 86.655,00	\$ 93.408,00	\$ 100.740,00	\$ 107.616,00	\$ 114.708,00	\$ 122.388,00	\$ 128.016,00
ARREGLO FLORAL	\$ 1.200,00	\$ 28.500,00	\$ 33.835,50	\$ 38.319,00	\$ 43.327,50	\$ 46.704,00	\$ 50.370,00	\$ 53.808,00	\$ 57.354,00	\$ 61.194,00	\$ 64.008,00
MUSICA	\$ 320,00	\$ 7.600,00	\$ 9.022,80	\$ 10.218,40	\$ 11.554,00	\$ 12.454,40	\$ 13.432,00	\$ 14.348,80	\$ 15.294,40	\$ 16.318,40	\$ 17.068,80
EUCARISTIA	\$ 320,00	\$ 7.600,00	\$ 9.022,80	\$ 10.218,40	\$ 11.554,00	\$ 12.454,40	\$ 13.432,00	\$ 14.348,80	\$ 15.294,40	\$ 16.318,40	\$ 17.068,80
CAFETERIA	\$ 160,56	\$ 3.813,30	\$ 4.527,19	\$ 5.127,08	\$ 5.797,22	\$ 6.249,00	\$ 6.739,51	\$ 7.199,51	\$ 7.673,97	\$ 8.187,76	\$ 8.564,27
OBITUARIO	\$ 480,00	\$ 11.400,00	\$ 13.534,20	\$ 15.327,60	\$ 17.331,00	\$ 18.681,60	\$ 20.148,00	\$ 21.523,20	\$ 22.941,60	\$ 24.477,60	\$ 25.603,20
TRAMITES LEGALES	\$ 80,00	\$ 1.900,00	\$ 2.255,70	\$ 2.554,60	\$ 2.888,50	\$ 3.113,60	\$ 3.358,00	\$ 3.587,20	\$ 3.823,60	\$ 4.079,60	\$ 4.267,20
LIBRO DE MEMORIAS	\$ 80,00	\$ 1.900,00	\$ 2.255,70	\$ 2.554,60	\$ 2.888,50	\$ 3.113,60	\$ 3.358,00	\$ 3.587,20	\$ 3.823,60	\$ 4.079,60	\$ 4.267,20
MAQUILLAJE	\$ 320,00	\$ 7.600,00	\$ 9.022,80	\$ 10.218,40	\$ 11.554,00	\$ 12.454,40	\$ 13.432,00	\$ 14.348,80	\$ 15.294,40	\$ 16.318,40	\$ 17.068,80
EQUIPO DE LIMPIEZA	\$ 111,44	\$ 2.646,70	\$ 3.142,19	\$ 3.558,56	\$ 4.023,68	\$ 4.337,24	\$ 4.677,69	\$ 4.996,97	\$ 5.326,27	\$ 5.682,88	\$ 5.944,21
OTROS	\$ 248,00	\$ 5.890,00	\$ 6.992,67	\$ 7.919,26	\$ 8.954,35	\$ 9.652,16	\$ 10.409,80	\$ 11.120,32	\$ 11.853,16	\$ 12.646,76	\$ 13.228,32
TOTAL	\$ 6.072,46	\$ 140.079,50	\$ 165.638,94	\$ 187.140,98	\$ 211.149,44	\$ 227.382,74	\$ 245.000,15	\$ 261.535,04	\$ 278.589,15	\$ 297.049,20	\$ 310.623,34
GASTOS FINANCIEROS											
RUBRO	COSTO MENSUAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10
INTERESES BANCARIOS	\$ 994,26	\$ 11.619,23	\$ 10.889,05	\$ 10.074,38	\$ 9.165,44	\$ 8.151,31	\$ 7.019,83	\$ 5.757,42	\$ 4.348,93	\$ 2.777,44	\$ 1.024,10
TOTAL	\$ 994,26	\$ 11.619,23	\$ 10.889,05	\$ 10.074,38	\$ 9.165,44	\$ 8.151,31	\$ 7.019,83	\$ 5.757,42	\$ 4.348,93	\$ 2.777,44	\$ 1.024,10
GASTOS DE VENTA											
RUBRO	COSTO MENSUAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10
SUELDOS DE VENTAS	\$ 352,46	\$ 4.229,50	\$ 4.356,39	\$ 4.487,08	\$ 4.621,69	\$ 4.760,34	\$ 4.903,15	\$ 5.050,24	\$ 5.201,75	\$ 5.357,80	\$ 5.518,54
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.236,00	\$ 1.273,08	\$ 1.311,27	\$ 1.350,61	\$ 1.391,13	\$ 1.432,86	\$ 1.475,85	\$ 1.520,12	\$ 1.565,73
SERVICIOS BASICOS	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 370,80	\$ 381,92	\$ 393,38	\$ 405,18	\$ 417,34	\$ 429,86	\$ 442,75	\$ 456,04	\$ 469,72
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 618,00	\$ 636,54	\$ 655,64	\$ 675,31	\$ 695,56	\$ 716,43	\$ 737,92	\$ 760,06	\$ 782,86
TOTAL	\$ 532,46	\$ 6.389,50	\$ 6.581,19	\$ 6.778,62	\$ 6.981,98	\$ 7.191,44	\$ 7.407,18	\$ 7.629,40	\$ 7.858,28	\$ 8.094,03	\$ 8.336,85
TOTAL DE EGRESOS	\$ 11.150,39	\$ 200.702,79	\$ 226.530,54	\$ 248.246,36	\$ 272.405,18	\$ 288.715,44	\$ 306.325,19	\$ 322.755,20	\$ 339.593,06	\$ 357.709,65	\$ 370.795,31

ANEXO 9:

CAPITAL DE TRABAJO												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS	\$ 14.300,00	\$ 15.400,00	\$ 16.500,00	\$ 16.500,00	\$ 16.500,00	\$ 17.600,00	\$ 17.600,00	\$ 17.600,00	\$ 18.700,00	\$ 18.700,00	\$ 19.800,00	\$ 19.800,00
EGRESOS	\$ 14.725,39	\$ 15.440,39	\$ 16.155,39	\$ 16.155,39	\$ 16.155,39	\$ 16.870,39	\$ 16.870,39	\$ 16.870,39	\$ 17.585,39	\$ 17.585,39	\$ 18.300,39	\$ 18.300,39
SALDO	\$ (425,39)	\$ (40,39)	\$ 344,61	\$ 344,61	\$ 344,61	\$ 729,61	\$ 729,61	\$ 729,61	\$ 1.114,61	\$ 1.114,61	\$ 1.499,61	\$ 1.499,61
SALDO ACUMULADO	\$ (425,39)	\$ (465,77)	\$ (121,16)	\$ 223,46	\$ 568,07	\$ 1.297,69	\$ 2.027,30	\$ 2.756,92	\$ 3.871,53	\$ 4.986,15	\$ 6.485,76	\$ 7.985,38
CAPITAL DE TRABAJO:	-465,77											

INGRESOS MENSUALES			
MESES	VENTAS	PRECIO	TOTAL
ENERO	13	\$ 1.100,00	\$ 14.300,00
FEBRERO	14	\$ 1.100,00	\$ 15.400,00
MARZO	15	\$ 1.100,00	\$ 16.500,00
ABRIL	15	\$ 1.100,00	\$ 16.500,00
MAYO	15	\$ 1.100,00	\$ 16.500,00
JUNIO	16	\$ 1.100,00	\$ 17.600,00
JULIO	16	\$ 1.100,00	\$ 17.600,00
AGOSTO	16	\$ 1.100,00	\$ 17.600,00
SEPTIEMBRE	17	\$ 1.100,00	\$ 18.700,00
OCTUBRE	17	\$ 1.100,00	\$ 18.700,00
NOVIEMBRE	18	\$ 1.100,00	\$ 19.800,00
DICIEMBRE	18	\$ 1.100,00	\$ 19.800,00
TOTAL	190	\$ 1.100,00	\$ 209.000,00

EGRESOS			
COSTOS FIJOS:			
RUBRO	COSTO FIJO MENSUAL	COSTO FIJO ANUAL	
ADMINISTRACION	\$ 3.551,21	\$ 42.614,56	
VENTAS	\$ 532,46	\$ 6.389,50	
FINANCIERO	\$ 994,26	\$ 11.619,23	
PRODUCCION	\$ 352,46	\$ 4.229,50	
TOTAL	\$ 5.430,39	\$ 64.852,79	
COSTOS VARIABLES:			
MESES	VENTAS	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL
ENERO	13	\$ 715,00	\$ 9.295,00
FEBRERO	14	\$ 715,00	\$ 10.010,00
MARZO	15	\$ 715,00	\$ 10.725,00
ABRIL	15	\$ 715,00	\$ 10.725,00
MAYO	15	\$ 715,00	\$ 10.725,00
JUNIO	16	\$ 715,00	\$ 11.440,00
JULIO	16	\$ 715,00	\$ 11.440,00
AGOSTO	16	\$ 715,00	\$ 11.440,00
SEPTIEMBRE	17	\$ 715,00	\$ 12.155,00
OCTUBRE	17	\$ 715,00	\$ 12.155,00
NOVIEMBRE	18	\$ 715,00	\$ 12.870,00
DICIEMBRE	18	\$ 715,00	\$ 12.870,00
TOTAL	190		\$ 135.850,00
COSTOS TOTAL ANUAL	\$ 200.702,79		
COSTOS TOTAL MENSUAL	\$ 14.725,39		

ANEXO 10:

DEPRECIACIONES						
				% DEP ANUAL	VALOR EN LIBROS 10 AÑOS	VALOR RESIDUAL
ACTIVO	COSTO	VIDA CONT.	DEPRECIACIÓN			
EDIFICIO	\$ 170.100,00	20	\$ 8.505	5%	\$ 85.050,00	\$ 8.505,00
CARROZA FÚNEBRE	\$ 27.000,00	5	\$ 5.400	20%	\$ -	\$ 5.400,00
MOBILIARIO	\$ 12.199,20	10	\$ 1.220	10%	\$ -	\$ 1.219,92
EQUIPO SALA DE DESCANSO	\$ 160,00	10	\$ 16	10%	\$ -	\$ 16,00
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 1.740,00	3	\$ 580	33%	\$ 1.160,00	\$ 579,94
TERRENO	\$ 90.000,00				\$ 90.000,00	\$ 90.000,00
TOTAL	\$ 301.199,20		\$ 15.721		\$ 176.210,00	\$ 105.721

ROL DE PAGOS MENSUALES								
#	CARGO	SUELDO BASICO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	SUELDO
1	Gerente	\$ 650,00	\$ 54,17	\$ 20,00	\$ 54,17	\$ 78,98	\$ 27,08	\$ 884,39
1	Contador	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 20,00	\$ 33,33	\$ 48,60	\$ 16,67	\$ 551,93
1	Atención al Cliente	\$ 250,00	\$ 20,83	\$ 20,00	\$ 20,83	\$ 30,38	\$ 10,42	\$ 352,46
1	Secretaria	\$ 280,00	\$ 23,33	\$ 20,00	\$ 23,33	\$ 34,02	\$ 11,67	\$ 392,35
1	Decoración y Limpieza	\$ 250,00	\$ 20,83	\$ 20,00	\$ 20,83	\$ 30,38	\$ 10,42	\$ 352,46
1	Guardia	\$ 250,00	\$ 20,83	\$ 20,00	\$ 20,83	\$ 30,38	\$ 10,42	\$ 352,46
	TOTAL							\$ 2.886,05

ANEXO 11:

COSTOS FIJOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
RUBRO	COSTO MENSUAL	ANO 1
SERVICIOS BASICOS	\$ 60,00	\$ 720,00
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.181,14	\$ 26.173,64
DEPRECIACION DE ACTIVOS	\$ 1.310,08	\$ 15.720,92
TOTAL	\$ 3.551,21	\$ 42.614,56
GASTOS FINANCIEROS		
RUBRO	COSTO MENSUAL	ANO 1
INTERESES BANCARIOS	\$ 994,26	\$ 11.619,23
TOTAL	\$ 994,26	\$ 11.619,23
GASTOS DE VENTA		
RUBRO	COSTO MENSUAL	ANO 1
SUELDOS DE VENTAS	\$ 352,46	\$ 4.229,50
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 100,00	\$ 1.200,00
SERVICIOS BASICOS	\$ 30,00	\$ 360,00
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL	\$ 532,46	\$ 6.389,50
COSTOS DE PRODUCCION		
RUBRO	COSTO MENSUAL	ANO 1
SUELDOS DE PRODUCCION	\$ 352,46	\$ 4.229,50
TOTAL	\$ 352,46	\$ 4.229,50
TOTAL COSTOS FIJOS	5430,39	64852,79

ANEXO 12:

COSTOS VARIABLES		
COSTOS DE PRODUCCION		
RUBRO	COSTO MENSUAL	ANO 1
COFRE	\$ 2.400,00	\$ 57.000,00
ARREGLO FLORAL	\$ 1.200,00	\$ 28.500,00
MUSICA	\$ 320,00	\$ 7.600,00
EUCARISTIA	\$ 320,00	\$ 7.600,00
CAFETERIA	\$ 160,56	\$ 3.813,30
OBITUARIO	\$ 480,00	\$ 11.400,00
TRAMITES LEGALES	\$ 80,00	\$ 1.900,00
LIBRO DE MEMORIAS	\$ 80,00	\$ 1.900,00
MAQUILLAJE	\$ 320,00	\$ 7.600,00
EQUIPO DE LIMPIEZA	\$ 111,44	\$ 2.646,70
OTROS	\$ 248,00	\$ 5.890,00
TOTAL	\$ 5.720,00	\$ 135.850,00

ANEXO 13:

FLUJO DE CAJA PESIMISTA:

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS		163900,00	185812,00	210060,00	237996,00	269884,00	306000,00	330876,00	358280,00	387254,00	419020,00
- Costos de Operación		110764,50	125134,19	140909,08	158932,99	179334,74	202243,15	217662,64	234466,50	251832,60	270669,14
= Utilidad Bruta		53135,50	60677,82	69150,92	79063,01	90549,26	103756,85	113213,36	123813,50	135421,40	148350,86
- Gastos de Administración		26893,64	27700,45	28531,46	29387,41	30269,03	31177,10	32112,41	33075,78	34068,06	35090,10
- Depreciación		15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92
+ Venta de Activos		0,00	0,00	579,94	0,00	5400,00	579,94	0,00	0,00	579,94	182845,92
- Valor en Libros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	176210,00
UAI		10520,94	17256,45	25478,48	33954,68	49959,31	57438,77	65380,02	75016,79	86212,36	104175,76
- Intereses		11619,23	10889,05	10074,38	9165,44	8151,31	7019,83	5757,42	4348,93	2777,44	1024,10
UAI		-1098,29	6367,40	15404,10	24789,25	41808,00	50418,94	59622,60	70667,87	83434,92	103151,66
- 15% trabajadores		-164,74	955,11	2310,62	3718,39	6271,20	7562,84	8943,39	10600,18	12515,24	15472,75
- 25% Impuestos		-233,39	1353,07	3273,37	5267,72	8884,20	10714,02	12669,80	15016,92	17729,92	21919,73
= Utilidad Neta		-700,16	4059,21	9820,12	15803,15	26652,60	32142,07	38009,41	45050,76	53189,76	65759,18
+ Inter(1-t)		7407,26	6941,77	6422,42	5842,97	5196,46	4475,14	3670,36	2772,44	1770,62	652,87
+ Depreciacion		15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92
+ Valor en Libros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	176210,00
= Flujo Generado x op.		22428,02	26721,90	31963,45	37367,03	47569,98	52338,14	57400,68	63544,13	70681,30	258342,97
- Capital Trabajo	-8488,85	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Inv. Inicial:	-303464,20	0,00	0,00	0,00	1740,00	0,00	27000,00	1740,00	0,00	0,00	1740,00
C.G.O.	-311953,05	22428,02	26721,90	31963,45	35627,03	47569,98	25338,14	55660,68	63544,13	70681,30	256602,97
- Inter (1-t)		7407,26	6941,77	6422,42	5842,97	5196,46	4475,14	3670,36	2772,44	1770,62	652,87
± deuda	-108464,20	-6309,91	-7040,08	-7854,75	-8763,70	-9777,82	-10909,30	-12171,71	-13580,21	-15151,69	-16905,03
= FC Libre de la Deuda	-311953,05	8710,85	12740,05	17686,28	21020,37	32595,70	9953,69	39818,62	47191,48	53758,99	239045,07
Recuperacion de la Inversion		\$ (700,16)	\$ 3.359,06	\$ 13.179,17	\$ 28.982,32	\$ 55.634,92	\$ 87.776,99	\$ 125.786,40	\$ 170.837,16	\$ 224.026,92	\$ 289.786,10

ANEXO 14:

FLUJO DE CAJA OPTIMISTA:

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS		228800,00	270787,00	306921,00	341368,00	368924,00	391425,00	414908,00	435344,00	456904,00	480725,00
- Costos de Operación		152949,50	180367,94	203814,78	225957,09	243398,74	257333,90	271659,44	283780,05	296162,60	309715,29
= Utilidad Bruta		75850,50	90419,07	103106,22	115410,91	125525,26	134091,10	143248,56	151563,95	160741,40	171009,71
- Gastos de Administración		26893,64	27700,45	28531,46	29387,41	30269,03	31177,10	32112,41	33075,78	34068,06	35090,10
- Depreciación		15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92
+ Venta de Activos		0,00	0,00	579,94	0,00	5400,00	579,94	0,00	0,00	579,94	182845,92
- Valor en Libros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	176210,00
UAI		33235,94	46997,70	59433,78	70302,58	84935,31	87773,02	95415,22	102767,24	111532,36	126834,61
- Intereses		11619,23	10889,05	10074,38	9165,44	8151,31	7019,83	5757,42	4348,93	2777,44	1024,10
UAI		21616,71	36108,65	49359,40	61137,15	76784,00	80753,19	89657,80	98418,32	108754,92	125810,51
- 15% trabajadores		3242,51	5416,30	7403,91	9170,57	11517,60	12112,98	13448,67	14762,75	16313,24	18871,58
- 25% Impuestos		4593,55	7673,09	10488,87	12991,64	16316,60	17160,05	19052,28	20913,89	23110,42	26734,73
= Utilidad Neta		13780,66	23019,26	31466,62	38974,93	48949,80	51480,16	57156,85	62741,68	69331,26	80204,20
+ Inter(1-t)		7407,26	6941,77	6422,42	5842,97	5196,46	4475,14	3670,36	2772,44	1770,62	652,87
+ Depreciación		15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92	15720,92
+ Valor en Libros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	176210,00
= Flujo Generado x op.		36908,83	45681,95	53609,96	60538,82	69867,18	71676,22	76548,12	81235,04	86822,80	272787,98
- Capital Trabajo	-425,39	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Inv. Inicial:	-303464,20	0,00	0,00	0,00	1740,00	0,00	27000,00	1740,00	0,00	0,00	1740,00
C.G.O.	-303889,59	36908,83	45681,95	53609,96	58798,82	69867,18	44676,22	74808,12	81235,04	86822,80	271047,98
- Inter (1-t)		7407,26	6941,77	6422,42	5842,97	5196,46	4475,14	3670,36	2772,44	1770,62	652,87
± deuda	-108464,20	-6309,91	-7040,08	-7854,75	-8763,70	-9777,82	-10909,30	-12171,71	-13580,21	-15151,69	-16905,03
= FC Libre de la Deuda	-303889,59	23191,67	31700,10	39332,79	44192,15	54892,90	29291,78	58966,06	64882,39	69900,49	253490,09

Recuperacion de la Inversion		\$ 13.780,66	\$ 36.799,92	\$ 68.266,54	\$ 107.241,47	\$ 156.191,27	\$ 207.671,42	\$ 264.828,27	\$ 327.569,95	\$ 396.901,21	\$ 477.105,41
-------------------------------------	--	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

