



UNIVERSIDAD  
**SAN GREGORIO**  
DE PORTOVIEJO

**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO**

**CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL**

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:

**INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Tema:**

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE  
UNA SUCURSAL DE LA MICROEMPRESA “FUNERARIA  
CARDOZO”, EN LA PARROQUIA TARIFA, DEL CANTÓN  
SAMBORONDÓN**

Autora:

**Solís Cardozo Kerly Analía**

Tutor:

**Ing. Marcelo Eduardo Mendoza Vines**

Guayaquil – Ecuador  
**2021**

## **Certificado de Tutor de Titulación**

Marcelo Eduardo Mendoza Vinces, en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico que la egresada Solís Cardozo Kerly Analía, es autora de la Tesis de Grado titulada: “Proyecto de prefactibilidad para creación de una sucursal de la microempresa Funeraria Cardozo, en la parroquia Tarifa, del cantón Samborondón”, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

---

Ing. Marcelo Eduardo Mendoza Vinces  
**Tutor trabajo investigación**

### **Certificación del tribunal**

Lo suscrito del tribunal de sustentación de la tesis titulada “Proyecto de prefactibilidad para creación de una sucursal de la microempresa Funeraria Cardozo, en la parroquia Tarifa, del cantón Samborondón, periodo 2021”, presentado por la egresada Solís Cardozo Kerly Analía. Sometida a consideración del tribunal de defensa y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

---

**Ing. Mercedes Itriago Cedeño Mg.  
Coordinadora de la carrera**

---

**Ing. Marcelo Mendoza Vines Mg.  
Tutor trabajo investigación**

---

**Ing. Martha García Mg.  
Miembro del tribunal**

---

**Eco. Francisco Verduga Mg.  
Miembro del tribunal**

## **Declaración de autoría**

Kerly Analía Solís Cardozo declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo, a la Universidad San Gregorio de Portoviejo, según lo establecido por la ley de propiedad intelectual y su reglamento.

---

Kerly Analía Solís Cardozo

## **Agradecimiento**

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

También quiero agradecer de manera especial a mi tutor de este proyecto al Ing. Marcelo Mendoza por su apoyo brindado en el desarrollo de este trabajo de investigación y a los Docentes que conforman la prestigiosa Universidad San Gregorio de Portoviejo, por su calidad Académica demostrada en el transcurso de mi carrera.

**Kerly Analía Solís Cardozo**

## **Dedicatoria**

Dedico esta tesis a toda mi Familia, especialmente a mi Madre y Abuelos, por haberme apoyado en cada uno de mis pasos y enseñarme buenos valores, por la motivación constante que permitieron que hoy en día sea la persona que soy y por su amor incondicional.

**Kerly Analía Solís Cardozo**

## Resumen

El proyecto de prefactibilidad que se presenta nace con la intención de solucionar la problemática existente en la parroquia Tarifa cantón Samborondón con respecto a la inexistencia de una empresa de servicios funerarios que atienda a la población demandante en este aspecto. Se aplicó una investigación descriptiva, la cual permitió conocer el problema existente con respecto a la inexistencia de servicios exequiales en el sector y la forma en que los habitantes se encontraban insatisfechos al respecto. A través de la investigación explicativa se reveló las condiciones en que los habitantes de esta parroquia carecían de un servicio que permitiera un funeral decente y con calidad. Se realizaron los estudios correspondientes a un estudio de prefactibilidad, es decir el estudio de mercado, técnico, organizacional, administrativo y financiero, los cuales permitieron establecer las necesidades de los clientes, los requerimientos administrativos y legales, los aspectos económicos y financieros que se requieren para poner en marcha la empresa. Se logró concluir que la parroquia Tarifa del Cantón Samborondón es apta para la creación de una “Sucursal Funeraria Cardozo”, ya que no existe una empresa de servicios mortuorios en la localidad que se encargue de satisfacer las demandas insatisfechas de los habitantes. Además, se determinó que existe nivel de aceptación favorable hacia la creación de esta empresa. Asimismo, se pudo establecer el margen de precios y las estrategias de comercialización que pueden aplicarse para mejorar y proyectar el servicio.

**Palabras claves:** Estudios de prefactibilidad, Sucursal, Funeraria, servicios, viabilidad.

### **Abstract**

The pre-feasibility project that is presented is born with the intention of solving the existing problems in the Tarifa parish, cantón Samborondón, with respect to the non-existence of a funeral services company that serves the demanding population in this regard. A descriptive investigation was applied, which allowed us to know the existing problem with respect to the inexistence of funeral services in the sector and the way in which the inhabitants were dissatisfied in this regard. Through the explanatory research, the conditions in which the inhabitants of this parish lacked a service that would allow a decent and quality funeral were revealed. The studies corresponding to a pre-feasibility study were carried out, that is, the market, technical, organizational, administrative and financial study, which allowed to establish the needs of the clients, the administrative and legal requirements, the economic and financial aspects that are required to start the business. It was concluded that the Tarifa parish of the Samborondón Canton is suitable for the creation of a “Cardozo Funeral Branch”, since there is no mortuary services company in the town that is in charge of satisfying the unsatisfied demands of the inhabitants. It was also determined that there is a favorable level of acceptance towards the creation of this company. Likewise, it was possible to establish the price margin and the marketing strategies that can be applied to improve and project the service.

**Keywords:** Pre-feasibility studies, Branch, Funeral home, services, feasibility.

## TABLA DE CONTENIDO

Contenidos:

Páginas:

Portada	
.....	i
Certificado de Tutor de Titulación.....	ii
Certificación del tribunal .....	iii
Declaración de autoría .....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria .....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
TABLA DE CONTENIDO.....	ix
<b>Lista de tablas.....</b>	<b>xiii</b>
<b>CONTENIDO.....</b>	<b>XIII</b>
Lista de figuras.....	xvii
<b>CONTENIDO.....</b>	<b>XVII</b>

Introducción .....	1
Capítulo I.....	2
1. PROBLEMATIZACIÓN .....	2
1.1. Tema	2
1.2. Antecedentes generales .....	2
1.3. Formulación del problema .....	5
1.4. Planteamiento del problema.....	5
1.5. Preguntas de la investigación.....	8
1.6. Delimitación del problema.....	9
1.7. Justificación .....	9
1.8. Objetivos .....	11
Capítulo II .....	12
2. CONTEXTUALIZACIÓN .....	12
2.1. Marco teórico .....	12
2.2. Marco Referencial.....	36
2.3. Marco conceptual.....	39
2.4. Marco ambiental .....	42
2.5. Variables .....	44
Capítulo III.....	47

3. MARCO METODOLÓGICO .....	47
3.1. Plan de investigación .....	47
3.2. Tipos de Investigación .....	48
3.3. Fuentes de investigación .....	49
3.4. Métodos y Técnicas de investigación .....	50
3.5. Población.....	52
3.6. Tamaño de la muestra .....	53
3.7. Análisis de los resultados .....	55
Capítulo IV.....	56
4. FORMULACIÓN DEL PROYECTO .....	56
4.1. Análisis e interpretación de resultados.....	56
4.1.1. Resultados de las Entrevistas .....	71
4.2. Estudio del mercado.....	73
4.3. Estudio Técnico .....	91
4.4. Estudio Administrativo .....	98
<b>4.5. Estudio Legal</b> .....	102
<b>COMPAÑÍA:</b> .....	105
<b>PERSONA NATURAL:</b> .....	106
Conclusiones y Recomendaciones .....	109

RECOMENDACIONES.....	110
Capítulo V.....	111
5. PROPUESTA .....	111
5.1. Título de la propuesta.....	111
5.2. Autores de la propuesta.....	111
5.3. Empresa auspiciante.....	111
5.4. Área que cubre la propuesta.....	111
5.5. Fecha de presentación .....	111
5.6. Fecha de terminación .....	111
5.7. Duración del proyecto .....	111
5.8. Participantes del proyecto .....	112
5.9. Objetivo General de la propuesta.....	112
5.10. Objetivos Específicos.....	112
5.11. Beneficiarios directos.....	113
5.12. Beneficiarios indirectos.....	113
5.13. Impacto de la propuesta .....	113
5.14. Descripción de la propuesta .....	114
Bibliografía .....	140

## Lista de tablas

### Contenido

Tabla 1. <i>Plantilla de trabajadores de "Funeraria Cardozo"</i> .....	34
Tabla 2. <i>Operacionalización de variables</i> .....	45
Tabla 3. <i>Población Parroquia según Censo 2010</i> .....	52
Tabla 4. <i>Proyección de la población</i> .....	53
Tabla 5. <i>Distribución de la muestra de estudio</i> .....	55
Tabla 6. <i>Ingresos mensuales en dólares</i> .....	56
Tabla 7. <i>Existencia de ofertas de servicios funerarios</i> .....	57
Tabla 8. <i>Sitio donde se realiza la velación</i> .....	58
Tabla 9. <i>Competencia de ofertas de servicio</i> .....	59
Tabla 10. <i>Disposición a utilizar el servicio</i> .....	60
Tabla 11. <i>Opciones indispensables en una contratación</i> .....	62
Tabla 12. <i>Costo que pagaría por el servicio funerario</i> .....	63
Tabla 13. <i>Conveniencia en el pago del servicio</i> .....	64
Tabla 14. <i>Rentabilidad del proyecto para la empresa</i> .....	65
Tabla 15. <i>Estructura organizacional</i> .....	66

Tabla 16. <i>Variedad en paquetes de servicios</i> .....	67
Tabla 17. <i>Servicios adaptados a las necesidades de los habitantes</i> .....	68
Tabla 18. <i>Medio informativo para ofrecer el servicio</i> .....	69
Tabla 19. <i>Calidad del servicio funerario</i> .....	70
Tabla 20. <i>Demanda potencial</i> .....	81
Tabla 21. <i>Demanda real</i> .....	82
Tabla 22. <i>Demanda efectiva proyectada</i> .....	83
Tabla 23. <i>Demanda Insatisfecha</i> .....	84
Tabla 24. <i>Precio paquetes básicos sugeridos</i> .....	88
Tabla 25. <i>Resumen determinación de precios</i> .....	89
Tabla 26. <i>Capacidad instalada</i> .....	96
Tabla 27. <i>Instalaciones</i> .....	97
Tabla 28. <i>Proyección de ventas mensual</i> .....	115
Tabla 29. <i>Proyección de ventas anual</i> .....	115
Tabla 30. <i>Inversión inicial de la empresa</i> .....	117
Tabla 31. <i>Obras civiles</i> .....	118

Tabla 32. <i>Muebles de oficina</i> .....	118
Tabla 33. <i>Equipos de computación</i> .....	119
Tabla 34. <i>Equipo funerario</i> .....	119
Tabla 35. <i>Material de cocina</i> .....	120
Tabla 36. <i>Inversión en activos</i> .....	120
Tabla 37. <i>Resumen de inversión fija</i> .....	121
Tabla 38. <i>Rol de pago (personal)</i> .....	122
Tabla 39. <i>Estructura de costos y gastos</i> .....	123
Tabla 40. <i>Distribución de costos fijos y variables</i> .....	124
Tabla 41. <i>Resumen de Capital de trabajo</i> .....	125
Tabla 42. <i>Gastos Administrativos</i> .....	126
Tabla 43. <i>Gastos de ventas</i> .....	127
Tabla 44. <i>Gastos operativos</i> .....	127
Tabla 45. <i>Amortización</i> .....	127
Tabla 46. <i>Financiamiento externo</i> .....	128
Tabla 47. <i>Anualidades de pago</i> .....	128

Tabla 48. <i>Depreciación</i> .....	130
Tabla 49. <i>Estado de resultados proyectado</i> .....	131
Tabla 50. <i>Estructura del capital</i> .....	132
Tabla 51. <i>Evaluación financiera del proyecto</i> .....	134
Tabla 52. <i>Flujo de Caja proyectado</i> .....	135
Tabla 53. <i>Punto de Equilibrio</i> .....	136
Tabla 54. <i>Relación beneficio-costo</i> .....	137
Tabla 55. <i>Análisis de sensibilidad</i> .....	138

## Lista de figuras

### Contenido

<i>Figura 1.</i> Organigrama de la empresa.....	33
<i>Figura 2.</i> Ingreso mensual en dólares .....	57
<i>Figura 3.</i> Ofertas de servicios funerarios en Tarifa .....	58
<i>Figura 4.</i> Lugar donde realiza la velación .....	59
<i>Figura 5.</i> Competencia ofertas de servicio .....	60
<i>Figura 6.</i> Utilizaría el servicio si existiera en Tarifa .....	61
<i>Figura 7.</i> Servicios considerados necesarios .....	62
<i>Figura 8.</i> Costo a pagar por el servicio funerario .....	63
<i>Figura 9.</i> Conveniencia en el pago .....	64
<i>Figura 10.</i> Rentabilidad del proyecto .....	65
<i>Figura 11.</i> Estructura organizacional de la empresa.....	66
<i>Figura 12.</i> Variedad en paquetes ofertados .....	67
<i>Figura 13.</i> Servicios adaptados a necesidad del cliente.....	68
<i>Figura 14.</i> Medio informativo que le gustaría para el servicio.....	69
<i>Figura 15.</i> Calidad en el servicio funerario .....	70
<i>Figura 16.</i> Análisis FODA.....	76
<i>Figura 17.</i> Distribución de planta .....	92
<i>Figura 18.</i> Macrolocalización. Fuente: GAD Municipal Samborondón .....	93
<i>Figura 19.</i> Microlocalización.....	94
<i>Figura 20.</i> Organigrama matricial de la Empresa.....	100

## **Introducción**

Los servicios funerarios son necesarios en todo el mundo, pues cuando ocurre un deceso, se presentan momentos de dolor muy profundos para la familia y contar con una empresa que pueda ayudar a cubrir esas necesidades en momentos tan duros, es necesario y muy oportuno, para la familia.

Según reportes del Diario Universo (2018), “en Ecuador para 2018 la tasa de mortalidad alcanzó uno de los índices más altos en los últimos cinco años”, lo que justifica el presente proyecto de prefactibilidad para creación de una sucursal de la microempresa Funeraria Cardozo, en la parroquia Tarifa, del cantón Samborondón, periodo 2021, ya que con el mismo se busca brindar solución a la problemática.

Para esto, la investigación se presenta estructurada en cinco capítulos a saber: el Capítulo I, denominado Problematización, donde se presenta los antecedentes generales, la formulación del problema, planteamiento del problema, preguntas de investigación, delimitación, justificación y objetivos de la investigación.

El Capítulo II, Contextualización en donde se presentan la Contextualización, el Marco teórico, Marco conceptual, Marco ambiental, las variables de investigación y la operacionalización de las variables. El Capítulo III, Marco metodológico, en el cual se presenta el plan de investigación acompañado del plan, los tipos y las fuentes de investigación, población y el tamaño de la muestra.

El Capítulo IV, la formulación del proyecto, en el cual se muestra el estudio de mercado, técnico, administrativo y legal, seguido de las recomendaciones y conclusiones. El Capítulo V, donde se presenta la propuesta de solución a la problemática detectada.

# Capítulo I

## 1. Problemática

### 1.1. Tema

Proyecto de prefactibilidad para creación de una sucursal de la microempresa “Funeraria Cardozo”, en la parroquia Tarifa, del cantón Samborombón.

### 1.2. Antecedentes generales

La muerte es un tema muy complejo y doloroso para todas las personas, a pesar de estar conscientes de que es un hecho natural del cual nadie está exento, y para el que nunca nos encontramos preparados, pues cuando este momento llega, bien sea para un familiar cercano o lejano, y no se han tomado las previsiones pertinentes, sobre los requerimientos mortuorios, las personas se enfrentan a difíciles decisiones, las cuales sumadas al dolor por el cual están pasando hacen de estos momentos eventos muy difíciles.

Desde la perspectiva de Idrovo y Orozco (2011) “la muerte forma parte del hecho de vivir y en algún momento debemos enfrentarnos a ella, a través del fallecimiento de un ser querido” (p. 5) Esto indiscutiblemente que genera efectos emocionales negativos en las personas, pero a su vez, implica una serie de acontecimientos cuyas consecuencias afectan principalmente el ámbito económico, social y jurídico, para lo cual nunca se está del todo preparado.

En la sociedad contemporánea de hoy, la muerte y los rituales que se asocian a la misma, han dado paso al surgimiento, en el mundo, de distintas organizaciones dedicadas a la gestión ceremonial mortuoria, las mismas suelen ser denominadas comúnmente como empresas funerarias y en su mayoría, se ven afectadas por la

cultura que las enmarca, lo que a su vez hace que éstas , posean una serie de particularidades administrativas, de mercadeo y financieras que las diferencian de cualquier otro tipo de empresa de servicios (Idrovo & Orozco, 2011)

En las sociedades latinoamericanas, los servicios funerarios datan desde hace muchos años. Colombia se constituye en el tercer país más competitivo en el mundo, en cuanto a servicios funerarios se refiere, solo por debajo de Estados Unidos y España, manteniendo un crecimiento promedio del 9% anual gracias a los nuevos productos y servicios ofrecidos al mercado. (Paladines, 2018). Una de las empresas consideradas pioneras en este tipo de negocios se encuentra en la ciudad de Bogotá, es la conocida Funeraria Gaviria, cuyas actividades comerciales datan del año 1887, cuando su propietario el señor Mariano Gaviria, instaló un pequeño taller donde fabricaba muebles para las familias notables de la capital. En esta época, el señor Mariano Gaviria no sólo elaboraba sus muebles sino también sus ataúdes, debido a que era costumbre hacerlo con antelación. En la mayoría de los casos los ataúdes eran guardados en las mismas casas. Con el paso del tiempo, y en respuesta al incremento de los pedidos, se vio precisado a mantener un inventario en su propio taller. (Idrovo & Orozco, 2011).

Estos servicios, con el paso del tiempo, fueron ampliándose en estos países y la empresa funeraria fue ganando espacios al hacerse gestora de los actos y trámites que se derivaban con el fallecimiento, llegando a abarcar todos ellos o sólo algunos, presentando un abanico de servicios, algunos de prestación obligatoria y otros por ser imprescindibles para llegar al destino final del cadáver, todo esto en función del

ámbito de las actividades que ofrecía o en algunos casos por preferencia y petición de los usuarios (Eras, 2016).

En el Ecuador, una de las empresas pioneras en servicios funerarios es la empresa de servicios funerarios Memorial, que tiene incidencia en Manta, Quito y con una red de 300 empresas de América, España, Estados Unidos e Italia para el mercado de migrantes, oferta productos con tecnología avanzada. Es una empresa creada en Ecuador hace más de 22 años. Hoy día es líder mundial en servicios funerarios, posee oficinas en 22 países, una red global mayor a 5000 filiales, y sus servicios se expanden en toda Latinoamérica. (León, 2019).

También se pueden mencionar en el país empresas funerarias en distintas provincias como es el caso de Servicios Funerarios la Merced ubicada en el centro de la ciudad de Imbabura. En Guayaquil se pueden encontrar empresas funerarias con más de 80 años de permanencia, como son el Parque de la Paz, acreditada por el IESS y con más de 25 años de experiencia en el mercado. La empresa Alache Funeraria, con más de 80 años realizando servicios a las familias guayaquileñas, por mencionar algunas (Ruiz & Vaca, 2011).

Particularmente en el cantón Samborondon se encuentra la funeraria “Cardozo”, la cual es una micro-empresa dedicada a las prestaciones de diferentes servicios funerarios como Caja mortuoria, capilla ardiente, formolización, carroza entre otros servicios. La misma ofrece sus servicios a los habitantes del sector y a los moradores de sus alrededores. La funeraria como micro-empresa familiar ha pasado por décadas al servicio a los habitantes samborondeños, pero en la actualidad, está buscando la manera de expandir y mejorar sus servicios con la finalidad de optimizar sus ventas y

mantenerse competitiva en un mercado cada vez más difícil por la manera como el mismo evoluciona (Solís, 2019).

### **1.3. Formulación del problema**

¿De qué manera un estudio de prefactibilidad determinará la viabilidad financiera para la creación de una sucursal de la microempresa “Funeraria Cardozo” en la Parroquia Tarifa del Cantón Samborondón?

### **1.4. Planteamiento del problema**

A nivel mundial, cuando ocurre un fallecimiento en el seno de una familia, se produce un momento de dolor pero al mismo tiempo, se debe cubrir la necesidad inminente de sepultar a nuestros seres queridos, y muchas veces los familiares no se encuentran emocionalmente aptos para tomar decisiones, lo que permite a las funerarias, cumplir con los trámites que se requieren, hecho que ha llevado a que los servicios mortuorios se hayan ubicado en un lugar de relevancia para las familias en momentos tan difíciles.

De acuerdo con opiniones reflejadas en la Revista Nexo Empresarial Funerario (2018), cada minuto mueren más de 100 personas en el mundo. La mayoría de estas muertes no solo causan dolor a algunos, sino que también benefician a otros. Los 2,7 millones de muertes anuales de Estados Unidos reflejan una industria valorada en 16 billones de dólares en 2017. En Francia, se estima 2.5 billones de euros. El mercado alemán valorado 1.5 billones en 2014. En Gran Bretaña, estimada en alrededor de 2 billones de libras. En las próximas décadas, la tasa de mortalidad anual subirá de 8.3 por cada 1,000 personas a 10.2 en 2050 en América, de 10.6 a 13.7 en Italia y de 9.1 a 12.8 en España. Los índices reflejan que hoy en día la industria funeraria genera

ingresos a través de los cambios que se da en la innovación en los servicios en el momento del deceso de una persona. (Revista Nexo Empresarial Funerario, 2018)

En el Ecuador, según reportes presentados en la Revista Gestión Digital por Naranjo (2020) indican que el país cerró 2020 con una tasa de mortalidad de 6,57 fallecidos por cada 1.000 habitantes. Para tener una referencia con respecto a años anteriores, esta tasa fue 54% superior a la del año 2019, 4,26 fallecidos por cada 1,000 habitantes. Según el autor, al menos 26 cantones (de un total de 35 con población mayor a 90,000 habitantes) alcanzaron durante 2020 una tasa de mortalidad superior a la del promedio nacional en 2019 (4,26).

Guayaquil cerró el año 2020 con una tasa de mortalidad superior a 10 puntos, una situación alarmante que muy pocas ciudades a nivel mundial en la historia seguramente habrán vivido, al menos en épocas de paz. Estos hechos, son datos alarmantes que propician el impulsar el desarrollo de planes de negocios orientados al establecimiento de una empresa de servicios funerarios en las regiones del cantón que no cuenten con este tipo de servicios, como es el caso de la parroquia Tarifa.

En esta parroquia, se ha podido corroborar que no existe una empresa de servicios funerarios que se encargue de realizar todos los trámites mortuorios ni de brindar asistencia a las familias con respecto a la cristiana sepultura de sus fallecidos, pues todas se ubican en Samborondón. Esto genera muchos problemas a las familias de los fallecidos, pues cuando ocurre este momento, deben trasladarse hasta Samborondón a contratar los servicios de una funeraria que realice la inhumación de los cuerpos, pues desconocen la variedad de servicios exequiales que en la actualidad

se pueden ofrecer, lo que genera resistencia al cambio en cuanto a tradiciones y costumbres con respecto a estos servicios.

Es precisamente en este sentido que, la microempresa “Funeraria Cardozo” en su decisión de crecer, se plantea realizar una evaluación de la situación existente, para conocer la factibilidad que existe de ampliar la empresa, mediante la creación de una sucursal de la microempresa, en la parroquia Tarifa, del cantón Samborondón. Para esto, se ha considerado conveniente, realizar un estudio de factibilidad que dé respuesta a la identificación de los factores que determinan la posibilidad de prestar los servicios fúnebres en la parroquia Tarifa, para poder tomar una decisión acorde a la demanda del servicio, sus costos, las modalidades, características del producto, aspectos sociales, de la inversión, del mercado y el análisis de la competencia, entre otros.

La investigación que se presenta, busca brindar un servicio funerario de calidad, incorporando en los mismos aspectos innovadores, que permitan a la Funeraria Cardozo, ampliar su cobertura y establecerse en el nicho de mercado específico, considerando la aplicación de estrategias y herramientas de proyección que le permitan dar a conocer los servicios que ofrece y ampliar sus ingresos, además de contribuir de alguna manera con los ingresos del cantón.

Esto considerando que Tarifa es en la actualidad, una parroquia rural del Cantón Samborondón, provincia del Guayas, creada el 10 de agosto de 1.957, tiene 137.52 km<sup>2</sup> de extensión. Limita al norte con la hacienda Santa Rosa, al sur con la boca del río Los Tintos, al este con el río Babahoyo y el estero Tarifa, y al oeste, desde el lindero sur de la hacienda Miraflores hasta el lindero norte con la parroquia Juan

Bautista Aguirre (Los Tintos) del cantón Daule. Tarifa se beneficia de la carretera de primer orden que viene desde la Puntilla a una distancia de 29 Km., atraviesa el Puente de Tarifa y continúa hasta El Cantón Samborondón que se encuentra a 5 Km. de distancia.

En este contexto geográfico, la “Funeraria Cardozo”, micro-empresa ubicada en la cabecera cantonal Samborondón; se dedica a las prestaciones de servicios funerarios como: Caja mortuoria, capilla ardiente, formolización, carroza, además también se ofrece servicios gratuitos como: Sillas, carpa de 6x3 metros, tarjetas de recuerdos, dispensador de agua, cafetería (rosca, queso, vasos y platos desechables), trámites de las diligencias legales de defunción, todo esto con la idea de facilitar la ayuda a los familiares en la toma de decisiones, en momentos tan difíciles y a la vez intermediar con las personas que requieren el servicio para hacer más soportable estos momentos. Por lo antes expuesto, es necesaria la creación de una sucursal de la Funeraria Cardozo en la parroquia Tarifa, ya que en esta parroquia no existe ninguna empresa funeraria donde se puedan brindar los servicios funerarios.

### **1.5. Preguntas de la investigación**

- ¿Es posible realizar un estudio de mercado para conocer la demanda de los servicios funerarios que se necesitan en la parroquia Tarifa del Cantón Samborondón?
- ¿Cómo se puede aplicar un estudio técnico para conocer los requerimientos operativos y tecnológicos que se necesitan para establecer una sucursal de la Funeraria Cardozo en la parroquia Tarifa del cantón Samborondón?

- ¿Cómo sería la estructura organizacional de la Funeraria Cardozo para la mejora de la eficiencia en la prestación del servicio y atención al cliente?
- ¿Cuál sería la factibilidad financiera de la propuesta de la creación de la sucursal funeraria Cardozo?

### **1.6. Delimitación del problema**

<b>Campo:</b>	Empresarial
<b>Área:</b>	Financiera
<b>Aspectos:</b>	Proyecto de prefactibilidad, creación de sucursal
<b>Tema:</b>	Proyecto de prefactibilidad para creación de una sucursal de la microempresa “Funeraria Cardozo”, en la parroquia Tarifa, del cantón Samborondón
<b>Espacio:</b>	Tarifa – Samborondón – Guayas
<b>Tiempo:</b>	2021
<b>Línea de investigación:</b>	Desarrollo e innovación empresarial

### **1.7. Justificación**

El desarrollo de este proyecto surge de la necesidad de instaurar una sucursal de la funeraria “Cardozo” en la parroquia Tarifa del cantón Samborondón que brinde servicios innovadores e impulse y fortalezca el sector, contribuyendo con ese aporte ya sea inicial o para mejora de los negocios ya existentes o los que están por crearse.

El alcance de la investigación es determinar la viabilidad financiera, rentabilidad y costo de inversión, a fin de lograr un liderazgo en el mercado financiero del sector. El estudio de investigación es importante y trascendental para el sector en análisis y en especial para los moradores del sector de la parroquia Tarifa.

El proyecto es viable, ya que desde el punto de vista de la gestión contará con una estructura organizativa, personal idóneo y capacitado en el área de finanzas, con una tecnología de punta, infraestructura y equipamiento de calidad. En el aspecto técnico reúne características, condiciones técnicas y operativas que aseguran el cumplimiento de sus metas y objetivos. Además, cumple con los compromisos ambientales de acuerdo a las normas vigentes.

Este proyecto, será de gran ayuda y de beneficio para la población de la parroquia Tarifa del Cantón Samborondón, pues con la creación del mismo se beneficiará toda la población del sector, al no tener necesidad de trasladarse hasta Samborondón para lograr contratar un servicio funerario de calidad para sus seres queridos, lo que a su vez contribuirá a hacer menos doloroso el momento y a su vez incrementará los ingresos por ventas de la empresa.

El proyecto tendrá una gran relevancia social, económica y humanitaria, ya que su razón de ser se encuentra centrado en el bienestar y apoyo a las personas que atraviesan por uno de los momentos más difíciles de la vida de los seres humanos, como es la pérdida de un ser querido, específicamente en los días de velación previos al funeral, que por tradición durante muchos años, esta etapa y todos los contratiempos que conlleva son sobrellevados por los familiares y amigos en la intimidad de su hogar, inclusive en la actualidad se puede notar que los deudos tienen que enfrentarse a todas las dificultades y trámites de este proceso, teniendo que dejar a un lado su dolor y desesperación.

Por último, tiene relevancia metodológica, pues en el mismo se aplicarán técnicas de investigación que nos ayudarán a recabar la información requerida, entre

ellas, tenemos la entrevista y la encuesta, mediante la primera se obtendrá de manera detallada respuestas a interrogantes claves que identifiquen las diferentes necesidades de la población y con la entrevista se abordará y verificará de manera particularizada la información recopilada, debido a que el diálogo es considerado de gran importancia al momento de averiguar aspectos generales que suelen pasar desapercibidos en una encuesta, pero que serían de gran relevancia para el estudio propuesto.

## **1.8. Objetivos**

### **1.8.1. Objetivo General**

Desarrollar un estudio de prefactibilidad que determine la viabilidad financiera para la creación de una sucursal de la microempresa “Funeraria Cardozo” en la Parroquia Tarifa del Cantón Samborondón.

### **1.8.2. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado para conocer la demanda de los servicios funerarios en la parroquia Tarifa del Cantón Samborondón
- Aplicar un estudio técnico sobre los requerimientos operativos y tecnológicos que se necesitan para establecer una sucursal de la Funeraria Cardozo en la parroquia Tarifa del cantón Samborondón.
- Efectuar el rediseño de la estructura organizacional de la Funeraria Cardozo para la mejora de la eficiencia en la prestación del servicio y atención al cliente.
- Evaluar la factibilidad financiera de la propuesta mediante un estudio que facilite la creación de la sucursal funeraria Cardozo.

## **Capítulo II**

### **2. Contextualización**

#### **2.1. Marco teórico**

En el marco teórico, se ha considerado oportuno y necesario, destacar algunos aspectos relacionados con la creación de una empresa, tomando en cuenta que en el tema de estudio las variables a ser analizadas se refieren directamente a un Estudio de Prefactibilidad y la Creación de una sucursal de la Microempresa “Funeraria Cardozo”, es por esto que se describen los siguientes aspectos:

##### **2.1.1. Estudio de Prefactibilidad**

Se conoce como prefactibilidad, a un tipo de estudio previo que supone un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertir la misma en proyecto (Thompson , 2017). Es una etapa de mayor profundización de la investigación, se basa en fuentes de información secundaria, la cual fue generada de forma previa por otros estudios, pero que es de utilidad para hacer una proyección de costo beneficio, al entregar datos referidos a las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas. De dicho estudio, surge la recomendación de su continuación a niveles más profundos y exactos, su abandono o postergación, hasta que puedan cumplirse las condiciones mínimas para llevar a cabo el proyecto.

El autor enfatiza en su apartado que: al momento de preparar un proyecto se establecen de cierta forma diferentes estudios de viabilidad, ya que ellos permiten comprender de forma detallada y estructurada el resultado del diagnóstico, la descripción de la línea base, el análisis del mercado, el tamaño, localización;

disponibilidad de insumos, tecnología, mano de obra, monto de la inversión; marco físico, social y político, entre otros más. (Thompson , 2017)

Para lograr esto, se deben investigar siempre las diferentes técnicas y las posibilidades de llevarlas a cabo durante el estudio. Además, se debe analizar las disponibilidades de los principales insumos que requiere el proyecto y realizar un sondeo de mercado que refleje las posibilidades del nuevo producto, su aceptación por parte de los futuros consumidores y su forma de distribución.

Según lo reportan Tapia, Granizo y Granizo (2017), el estudio de prefactibilidad de un proyecto a llevarse a cabo; es importante porque identifica de cierta forma el problema a solucionar; mediante, la ejecución de objetivos que persigue el mismo. En todo proyecto de prefactibilidad, se debe identificar primero el análisis detallado de todas aquellas ideas que servirán para ejecutar el proyecto, e identificar si es viable o no, y si el resultado es positivo el proyecto se puede poner en marcha de manera exitosa. Al realizar su estudio, se toman en cuenta diversas variables y se determina sobre los aspectos centrales de la “idea”.

Con respecto al estudio que se desarrolla, realizar un análisis de prefactibilidad es muy acertado para la “Funeraria Cardozo”, pues con el mismo se busca generar un nuevo estándar para la prestación de servicios funerarios por la sobriedad y calidad de sus instalaciones, implementado la venta de estos servicios con antelación a la muerte y no solo en el momento del deceso, con una variedad de paquetes en los diferentes servicios esenciales que cubran cada una de las necesidades de los deudos, aprovechando que existe un mercado atractivo y no se ve reducido solo a la tasa de mortalidad.

Además que la creación de un nuevo negocio funerario puede tener una excelente aceptación por parte de la ciudadanía, porque tan importante es la atención a quien ha dejado la vida temporal y debe rendírsele los cuidados que merece, cómo a los deudos y relacionados, quienes también requieren que haya servicios para tratar con respeto a quién llegó a su final, además de que sea posible, recordarle y rendirle los tributos de afecto o admiración que son parte de la relación familiar o de la amistad o del sentimiento de la colectividad.

Explica Meza Orozco (2014) para que un proyecto sea prefactible de cierta forma se debe profundizar la investigación, recopilando datos de forma minuciosa, lo que representa la información obtenida de fuentes bibliográficas tanto primarias como secundarias, porque de esta manera ayudan al investigador que encuentre de manera eficiente, eficaz y verídica toda la información que necesita. Es menester hacer investigaciones de campo para poder llevar a cabo un buen proyecto de prefactibilidad.

Recalca entre tanto que la prefactibilidad, supone un análisis preliminar de una idea para de manera minuciosa realizar un análisis con todos aquellos factores importantes e ideas destacadas, que harán posible que este se lleve cabo y de esta forma determinar si es viable convertirla en un proyecto factible. Se emplea en el ámbito empresarial como comercial. Al realizar un estudio, se toman en cuenta diversas variables y se reflexiona sobre los puntos centrales de ella. Es necesario que se recopile toda la información posible para tener conocimiento sobre qué situaciones riesgosas se vendrán tras la realización del proyecto. Si se estima que su

implantación es viable, la idea se transformará en un proyecto que será sometido, ahora sí, a un estudio de factibilidad.

Otro aspecto importante, que se debe abordar en este estudio preliminar, es el que concierne a la cuantificación de los requerimientos de inversión que plantea el proyecto y sus posibles fuentes de financiamiento. Finalmente, es necesario proyectar los resultados financieros del proyecto y calcular los indicadores que permitan evaluarlo. El estudio de prefactibilidad se lleva a cabo con el principal objetivo de contar con información sobre el proyecto a realizar, mostrando las alternativas que se tienen y las condiciones positivas y negativas que rodean dicho proyecto de prefactibilidad.

En el caso del estudio que se realiza, la nueva empresa estará enfocada principalmente en la satisfacción de sus clientes, teniendo en claro cuáles son los objetivos específicos de esta clase de negocios, por ende solo se dedicará a esta actividad y no a ofrecer también servicios para otros tipos de eventos, ya que consideran que este lugar es un espacio sagrado y una herramienta de apoyo para las personas que sufren la pérdida de un ser querido, porque es importante trabajar de la mano con la comunidad para contribuir al desarrollo de un entorno social y ambiental armonioso donde se reflejen los valores que como empresa e individuos han guiado para formarla.

Sintetizando las ideas anteriores, es importante destacar que al momento de realizar un estudio de prefactibilidad, se debe recopilar toda la información que sea posible para someterla a consideración. Esto permite, que a través de la prefactibilidad se minimice cualquier tipo de riesgo. Este tipo de estudio cuenta en

primer lugar con una investigación de mercado, prestando atención al aspecto legal, al plano financiero, la tecnología y el posible impacto ambiental que el mismo pueda ocasionar. Desde la perspectiva de Baca (2010), en el estudio de prefactibilidad se sigue una estructura para llevar a cabo los mismos. Esta estructura está compuesta por los siguientes aspectos: (a) Estudio del mercado; (b) Estudio técnico; (c) Estudio organizacional; (d) Estudio financiero; y (e) Estudio económico, cada uno de los cuales se describen a continuación.

### **2.1.2. Estudio de Mercado**

El estudio de mercado es una herramienta utilizada por las empresas de negocios, vital para su desempeño exitoso en el mercado en el cual compiten. Es un proceso que permitirá recolectar información específica relacionada a un problema u oportunidad, el cual la empresa desea corregir o aprovechar según sea el caso y tendrá como premisa la validez y confiabilidad de la información para tomar decisiones acertadas.

El estudio de mercado no es más que la determinación de la oferta y la demanda de los procesos del proyecto. Decisiones como el precio de introducción, inversiones para fortalecer una imagen, entre otros; pueden constituirse en variables pertinentes para el resultado de la evaluación. Los aspectos que deben estudiarse según Ayala (2015) son: (a) El consumidor y las demandas del mercado; (b) La competencia y las ofertas del mercado; (c) Comercialización del servicio y (d) Los proveedores y la disponibilidad y (e) el precio de los insumos proyectados.

Con respecto al mercado, es el conjunto de personas que tienen una necesidad o deseo por un producto o servicio y que tiene la capacidad económica y legal para

comprarlo. El tamaño del mercado depende del número de personas que muestren una necesidad, tengan recursos que interesen a la otra parte y estén deseando intercambiar estos recursos por lo que ellos desean. En forma general podemos decir que mercado es cualquier persona o grupo con los que un individuo u organización tenga o pueda tener una relación de intercambio.

### **Etapas del Estudio de Mercado**

Hay diversas formas de definir el proceso de estudio del mercado, la más simple es aquella que está en función del carácter cronológico de la información que se analiza. De acuerdo con esto, se definirán tres etapas: Un análisis histórico del mercado, un análisis de la situación vigente y un análisis de la situación proyectada. Estos se precisan en las siguientes líneas:

1. **Análisis Histórico del Mercado:** pretende lograr dos objetivos específicos. Primero, reunir información de carácter estadístico que pueda servir, para proyectar esa situación a futuro. Segundo, evaluar el resultado de decisiones que han sido tomadas por otros agentes del mercado, con el fin de lograr identificar los efectos negativos y positivos logrados en ese momento.
2. **Análisis de la situación actual:** constituye la base para cualquier predicción que se realice en el futuro. Además de que genera mucha información con respecto al modo en que están funcionando todas las variables importantes a analizar, como son demanda, oferta, competencia, proveedores y consumidores. Esta información, sirve para conocer la manera en que se desarrolla la situación vigente y para realizar proyecciones que permitan tomar decisiones correctas en el futuro (Orjuela & Sandoval, 2002).

3. Análisis de la situación proyectada: es la más importante pero también es preciso señalar una salvedad: la información histórica y vigente analizada permite proyectar una situación suponiendo el mantenimiento de un orden de cosas que con la sola implementación del proyecto se debería modificar.

Las tres etapas analizadas deben realizarse para identificar y proyectar todos los mercados. La participación que pueda lograr la empresa estará determinada en gran parte por la reacción del consumidor frente al servicio y por la propia estrategia comercial que siga la empresa.

### **Análisis de la Demanda**

Es el cálculo de la demanda existente para el servicio. Las conclusiones proporcionarán una medida del mercado actual y potencial. Los principales métodos para estimar la demanda son los siguientes:

- Mercado Objetivo: Se define en términos del número de compradores posibles.
- Zona Geográfica: Definida en términos del número de usuarios localizados en una zona determinada.
- Incompatibilidad: Se debe determinar si hay causas que provoquen un menor consumo del servicio
- Compras Medias Anuales: El análisis de los hábitos de compra, da como resultado las compras medias anuales por consumidor
- Compras totales anuales: Se obtiene multiplicando el número de consumidores en la zona geográfica por el número medio de compradores anuales.

- Factores adicionales: Aquí deben recogerse factores tales como el estado de la economía nacional, las fluctuaciones demográficas, cambios en los estilos de vida.

### **Demanda Potencial**

La demanda potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en un horizonte temporal establecido. La demanda potencial de mercado se calcula a partir de la estimación del número de compradores potenciales a los que se determina una tasa de consumo individual. La demanda potencial constituye un límite superior que alcanzaría la suma de las ventas de todas las empresas concurrentes en el mercado para un determinado producto o servicio, y bajo unas determinadas condiciones establecidas (León, 2019).

A la demanda potencial se le obtiene mediante la obtención de datos de los resultados de las encuestas aplicadas a una muestra de la población de la localidad objeto de estudio.

### **Demanda Real**

Para estimar la demanda real se deberá partir de datos históricos existentes. A veces es difícil conseguir la información para ámbitos limitados geográficamente, por lo que será necesario ajustar en función de datos demográficos y de datos de comportamiento disponibles para niveles nacionales o regionales. La demanda real es calculada mediante el valor de la demanda potencial multiplicado por el porcentaje de las personas que les gustaría acudir al nuevo negocio (Alegría, 2017).

### **Demanda Efectiva**

La demanda efectiva es la que el consumidor demanda sin la necesidad de tener en consideración los cambios que se suscitan en el mercado de bienes y servicios,

tomando como referencia los niveles de ingresos que perciban las personas y dependiendo del nivel de la tasa de interés que esté determinada en dicha entidad económica. La demanda efectiva corresponde al valor de la demanda real multiplicado por el valor del consumo per cápita (Espinoza, 2007).

### **2.1.3. Estudio Técnico**

El estudio técnico es el segundo paso a realizarse después del estudio de mercado, para analizar la factibilidad de cualquier proyecto de inversión. El estudio técnico “tiene por objetivo proporcionar información necesaria para poder cuantificar el monto total tanto de las inversiones, como de los costos de operación referentes a esta área.” (Sapag , 2012)

Desde la óptica financiera, este estudio tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operaciones pertenecientes a esta área. Se debe definir la función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio (Martinez, 2009)

En el presente estudio, lo que se busca es determinar la cantidad de dinero que se necesitará para poner en marcha un proyecto, la cantidad de materiales que deberá tener en existencia para poder producir los bienes y servicios, que el mercado está dispuesto a consumir en un tiempo determinado, el lugar y de qué manera específicamente lo emprenderá.

Este estudio tiene por objetivos: la verificación de las posibilidades técnicas de fabricación del producto, analizar y determinar el tamaño, la localización adecuada, los equipos, las organizaciones y las instalaciones necesarias para llevar a cabo la

producción. Por lo tanto, el estudio técnico se divide en cuatro partes que son: tamaño físico del proyecto, localización del proyecto, la ingeniería del proyecto y el análisis administrativo (Urbina, 2010)

El proceso técnico se enfoca en realizar un diseño de la función de producción más óptima donde se puede utilizar los recursos a disposición para así alcanzar el bien o servicio estimado, de acuerdo a lo expuesto por el autor se conoce que la información técnica y física se transforma en unidades monetarias.

En el presente estudio, lo que se busca es determinar la cantidad de dinero que se necesitará para poner en marcha un proyecto, la cantidad de materiales que deberá tener en existencia para poder producir los bienes y servicios, que el mercado está dispuesto a consumir en un tiempo determinado, el lugar y de qué manera específicamente lo emprenderá.

La localización significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementara la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado. El propósito de la ingeniería del proyecto es proporcionar una solución para todo lo relacionado con: mostrar los equipos y operaciones de la planta, los procesos de fabricación y la maquinaria y el equipo necesario. (Pasaca, 2010)

#### **2.1.4. Estudio Administrativo y Legal**

Este estudio, define la estructura administrativa que más se adapta a las características de la empresa o negocio, define además costos e inversiones

operacionales vinculadas al producto administrativo. Es decir, constituye la denominada estructura organizacional de las áreas de apoyo, debe responder a las necesidades del proyecto, el cual si fue concebido para el área de bienes y servicios, requiere una serie de procesos administrativos que dan soporte a su operación. Es aquí donde se pone de manifiesto hacer un estudio administrativo y legal riguroso, ya que de él se desprende información relevante para el estudio financiero del proyecto, relacionada con el nivel de inversión y los gastos en lo sucesivo, una vez que se ponga en marcha el proyecto (Ortega, 2008).

Todo proyecto de inversión productiva para funcionar, requiere de unas áreas de apoyo que faciliten todas aquellas actividades complementarias al objeto del proyecto. Para definir esas áreas de apoyo es necesario antes identificar cuáles serían las funciones a desarrollar en cada uno de los procesos. Este estudio muestra los elementos que definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos, con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas organizacionales.

Por su parte, el estudio legal, influye directamente sobre los desembolsos en los que debe incurrir la empresa, como son: (a) Gastos por constitución, como trámites municipales, notariales e impuestos; (b) Restricciones en materia de exportaciones e importaciones de materia prima y productos terminados; (c) Restricciones legales sobre la ubicación, traducándose en mayor costo de transporte; (d) Disposiciones generales sobre seguridad, higiene y efectos sobre el medio ambiente, entre otros (Orjuela & Sandoval, 2002). Además de todos estos aspectos, el estudio legal brinda

recomendaciones sobre los aspectos jurídicos adoptados por la empresa y su clasificación.

### **2.1.5. Estudio Financiero**

Es la única etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto que, cuantifica los beneficios y costos monetarios de poder llevarse a cabo dicho proyecto. Su objetivo es sistematizar la información de carácter monetario de los estudios anteriores para poder determinar la rentabilidad del proyecto (Orjuela & Sandoval, 2002). La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos.

Con base en la Ingeniería del proyecto se determinan los costos totales, así como la inversión inicial en la que se va a incurrir. Con este estudio se busca determinar cuál es el monto total de recursos económicos que se requiere para la ejecución del proyecto. Para esto, algunos autores indican que se debe utilizar el esquema de los flujos de caja proyectados, para el período de tiempo que se considere relevante para la evaluación del proyecto (Orjuela & Sandoval, 2002)

Desde la perspectiva de Fernández (2007), el análisis financiero se define como “una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación actual y la predicción de cualquier acontecimiento futuro” (p. 12); este análisis, a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos.

Este análisis se basa en la interpretación de los sucesos financieros ocurridos en el desarrollo de la actividad empresarial, para lo cual utiliza técnicas que una vez

aplicadas llevan a una toma de decisiones acertadas; aunado a que contribuye a examinar la capacidad de endeudamiento e inversión de la empresa, tomando como punto de inicio la información aportada por los estados financieros.

El análisis financiero es un instrumento disponible para la gerencia, que sirve para predecir el efecto que pueden producir algunas decisiones estratégicas en el desempeño futuro de la empresa; decisiones como la venta de una dependencia, variaciones en las políticas de crédito, en las políticas de cobro o de inventario, así como también una expansión de la empresa a otras zonas geográficas (Miranda , 2005).

En efecto, el análisis financiero, es una herramienta clave para el manejo gerencial de toda organización, ya que contempla un conjunto de principios y procedimientos empleados en la transformación de la información contable, económica y financiera que, una vez procesada, resulta útil para una toma de decisiones de inversión, financiación, planeación y control con mayor facilidad y pertinencia, aunado a que permite comparar los resultados obtenidos por una empresa durante un lapso de tiempo determinado con los resultados de otros negocios similares.

Según Santos (2008), enfoca el análisis financiero como un proceso que consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos a los estados financieros, para generar una serie de medidas y relaciones que son significativas y útiles para la toma de decisiones; puesto que, la información registrada en los estados financieros por sí sola no resulta suficiente para realizar una

planificación financiera pertinente o analizar e interpretar los resultados obtenidos, para conocer la situación financiera de la empresa.

El análisis de los estados financieros se caracteriza por ser una operación fundamentada en la reclasificación, recopilación, obtención y comparación de datos contables, operativos y financieros de una organización, que mediante la utilización de técnicas y herramientas adecuadas busca evaluar la posición financiera, el desarrollo y los resultados de la actividad empresarial en el presente y pasado para obtener las mejores estimaciones para el futuro. Dentro del análisis financiero, es importante conocer la viabilidad financiera del proyecto.

La Viabilidad financiera del proyecto, advierte sobre la disponibilidad de recursos financieros cuando la ejecución u operación del proyecto lo requiere. Cuando el ejecutor previsto es una institución pública, la atención se centra en el análisis de los recursos presupuestarios planificados y ejecutados, la calidad de la gestión y el dinamismo demostrado para la ejecución y disposición de fondos, grado de implementación alcanzado en los últimos años para la extensión del presupuesto y las condiciones históricas.

El estudio de la viabilidad financiera, también define dos etapas de orden y un estudio financiero que incluye la codificación de la información financiera proporcionada en la etapa anterior, prepara una tabla de análisis y datos adicionales para la evaluación del proyecto y determina su rentabilidad. Evaluar el fondo para hacer. Este estudio mide la rentabilidad de una inversión y finalmente se decide por aprobación o rechazo. Todos se miden sobre una base monetaria. (Sapag , 2012).

Conocer la viabilidad financiera, le da acceso al proyecto, y permite financiar todas las etapas del proyecto utilizando diferentes fuentes de financiamiento a las que el proyecto puede acceder, también debe mostrarse para medir la rentabilidad. Según Ortega (2008) es la capacidad que posee un negocio para generar utilidad, lo cual se refleja en los rendimientos alcanzados, también se mida sobre todo la eficiencia de los indicadores de la empresa, ya que en ello descansa la dirección del negocio.

Los autores hasta ahora mencionados, son claros al hablar, es un punto muy importante a la hora de decidir, si poner en marcha un proyecto o no, esta brinda la oportunidad de obtener un estudio previo, que indica si será rentable o no desarrollar el trabajo ya analizado, el principal objetivo es ofrecer al inversionista la seguridad de invertir en un plan que resulte altamente positivo y de ser el caso negativo, este tome las debidas precauciones o reajustes necesarios, los ingresos deben ser más altos que los costos para generar una rentabilidad al inversionista.

La viabilidad financiera permite analizar el aprovechamiento, la eficiencia o la productividad de los fondos propios para generar beneficios o utilidades para la empresa (Sapag , 2012) En todos los casos se trata de un índice, de una relación tal como, por ejemplo, la relación entre un beneficio y un coste incurrido para obtenerlo, entre una utilidad y un gasto, o entre un resultado y un esfuerzo. La viabilidad financiera es un indicador más cercano a la rentabilidad económica porque se relaciona directamente con sus fondos aportados. Dentro de los aspectos claves a calcular para conocer la viabilidad del proyecto se encuentran:

**1. Valor actual neto (VAN):** Es un procedimiento mediante el cual se pueden poner en valor presente, todos los flujos de efectivo proyectados, para obtener el valor de la inversión actual de un proyecto determinado. Sirve para determinar si un proyecto es rentable o no. La fórmula para calcular el VAN, es la siguiente:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

En donde:

V= Flujo de caja en cada período

Io= Es el desembolso inicial de una inversión

t= Es el número de períodos considerado

k = Es la tasa de interés, que en este caso será la TMAR.

**2. Tasa interna de retorno (TIR):** La tasa interna de retorno representa la tasa de interés a la cual se descuenta los flujos de efectivo generados por el proyecto durante su vida útil, para que se igualen con la inversión, si es mayor que el costo de oportunidad del proyecto debe aceptarse, si es igual se puede generar un riesgo. Es la tasa mediante la cual el Valor Actual Neto se hace cero. Es un indicador de rentabilidad, a mayor TIR, mayor rentabilidad. Sirve para determinar si al momento de establecer un proyecto, éste será rentable o no. Se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} - I = 0$$

En donde:

**F** = Es el flujo de caja en el período t.

**t** = Es el número de períodos

**I** = Es el valor de la inversión inicial

**3. Razón beneficio costo (RBC):** La relación costo-beneficio es una herramienta financiera que compara el costo de un producto versus el beneficio que esta entrega para evaluar de forma efectiva la mejor decisión a tomar en términos de compra. La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. En economía, para calcular si la balanza costo-beneficio está equilibrada se utilizan los siguientes pasos y fórmulas:

- Se define el valor monetario de los costos y de los beneficios para la implantación del sistema.
- Se convierten los costos y los beneficios a un valor actual.
- Se halla la relación costo-beneficio (C/B), que es igual a los ingresos totales netos divididos por los costos totales, como se indica en la fórmula siguiente:

$$C/B = \frac{\text{ingresos totales netos}}{\text{costos totales}}$$

- Si el análisis de la relación C/B es mayor a 1 significa que es rentable, mientras que si es igual o menor a 1 indica que no es rentable.
- Se toma el resultado y se compara con otros proyectos.
- Se escoge el proyecto con el mayor índice en la relación.

Para un análisis costo-beneficio, se debe tener conocimientos de mercado, de las necesidades y requerimientos del proyecto, y de los recursos disponibles para su

aplicación antes de calcular su efectividad, ya que al realizar un análisis de costo-beneficio la administración de una empresa, puede decir si una inversión vale la pena o no para el negocio.

### **2.1.6. Empresas de Servicios Funerarios**

Las empresas de servicios funerarios, comúnmente denominadas funerarias son instituciones encargadas de la disposición final del cuerpo del fallecido, prestando sus servicios durante el proceso de velatorio y entierro/cremación. Estos servicios pueden incluir la preparación del velatorio y el funeral, y facilitar una capilla ardiente para el funeral, entre otros.

Este tipo de empresas de servicios, hacen parte de la cotidianidad de la vida diaria y en nuestro entorno, son percibidas según Vélez (2006) “bajo los esquemas de la cultura occidental, de ritualizar la muerte en la sociedad y para la sociedad” (p. 95). Está inmersa dentro de un tejido social, como todas las empresas, pero a diferencia de cualquier otra, las empresas funerarias, tanto las organizaciones que preparan y disponen del cuerpo como las que participan en el destino final del cadáver, son una organización sui generis.

Está inmersa, o debe estarlo, bajo una doble sensibilidad: de un lado, como organización su constitución y su esencia son las personas que la conforman, sin ellas la organización no existiría; y de otro, su papel social es la vivencia de la muerte en la cultura. Ninguna otra organización empresarial se relaciona directamente, en su desarrollo comercial y de mercadeo, con la muerte.

Desde un punto de vista comercial, las empresas conviven bajo una economía de mercado, dentro del cual se estructura un sistema de intercambio entre oferentes y

demandantes, negociantes y personas. Así, las empresas diseñan, basadas en las necesidades, deseos, tendencias y expectativas, una oferta que busca satisfacer a sus mercados meta u objetivo, imbuido todo esto en las dinámicas del consumo. Dentro de estas empresas se encuentran las que pertenecen al sector de servicios funerarios, quienes comercializan y, además, materializan los servicios ofrecidos en el momento en que la familia se ve enfrentada a la muerte de uno de sus integrantes. Sin embargo, aunque el cadáver es el común denominador para este encuentro entre empresa funeraria y familia, las expectativas entre unos y otros son contrarias (Turner, 1996).

En fin, lo que es indiscutible, es que estas empresas desarrollan una función muy útil dentro de la sociedad de hoy. Esto considerando que ante una situación de fallecimiento la empresa funeraria, recibe un cadáver para ser atendido a través de un servicio funerario; se materializa en ella una transacción comercial. Sin el acontecimiento de la muerte y sin el cadáver, la empresa de servicios exequiales no tiene sentido: el muerto es para la empresa el inicio, el elemento *sine qua non*, sin éste no podría darse el ejercicio de la actividad funeraria. El cadáver es necesario para el ofrecimiento de un producto de carácter intangible (Vélez, 2006)

#### **2.1.7. Funeraria “Cardozo”**

Para mejorar sus servicios y alcanzar un mayor potencial, la “Funeraria Cardozo”, entra en un proceso de expansión, que les permita ser más efectivos al momento de interactuar con los clientes, para lo cual se ha buscado desarrollar un estudio de prefactibilidad que permita conocer el potencial de la misma para abrir una sucursal y ampliar sus metas.

El concepto sucursal aplicado a la empresa también puede relacionarse con un negocio que inicia su expansión y posiciona una sucursal en otro lugar dentro del mismo país. Las sucursales pueden llevarse a cabo en sociedades mercantiles. Esta estructura de sucursales muestra las distintas delegaciones que tiene una entidad en distintas localizaciones. Todas ellas están interconectadas entre sí y siguen el proceso administrativo que determina la sede central. Además, todas las sucursales de una misma entidad llevan a cabo una misma actividad.

Una sucursal, es una empresa de comercio o industrial que depende de una casa matriz y puede estar ubicada dentro del mismo país o fuera de este. Del mismo modo, una sucursal se convierte en una ampliación de una empresa, una sucursal mantiene una relación de dependencia con la casa matriz; generalmente se ubican en lugares o regiones específicas donde la casa matriz quiere expandir sus operaciones.

En el caso de la “Funeraria Cardozo”, es la primera funeraria en el Cantón Samborondón y fue fundada por el Sr. Claudio Cardozo, en los años de 1962, se realizó por primera vez la incorporación y ofrecimiento de servicios funerarios a los habitantes de este pueblo, ya que era una travesía difícil en ese tiempo para los moradores del cantón, conseguir para sus seres queridos una forma digna de sepultura.

El Cantón estaba en progreso, en ese tiempo no existía movilización recta ya que para ese entonces se estaba construyendo puentes que unirían a los diversos recintos con la cabecera cantonal y junto con la ciudad de Guayaquil. En 1962, el sr. Claudio Cardozo, nacido en la misma cabecera cantonal de padres humildes y trabajadores, a los 58 años de edad fue el fundador de la primera funeraria en el

Cantón Samborondón, junto con su hijo el Sr. Fernando Cardozo (actual propietario).

Los primeros ataúdes estaban elaborados de madera, forrado de paño, de color negro y color azul, con su respectiva capilla ardiente. Se les ofrecía a los moradores del sector y a sus recintos los servicios funerarios; donde se llevaba a cabo la respectiva ceremonia, así como el traslado de los servicios hasta el propio domicilio de las personas que acudían a estos servicios. En la actualidad se ofrece estos servicios a los habitantes del sector:

- Caja Mortuoria
- Capilla Ardiente
- Parte mortuoria en prensa
- Formolización
- Carroza
- Sillas
- Carpa de 6x3 metros
- Tarjetas de recuerdos
- Dispensador de agua
- Cafetería (rosca, queso, vasos y platos desechables)
- Trámites de las diligencias legales de defunción.

**Objeto social:** prestación de los servicios funerarios, suministro de ataúdes o féretros, urnas para restos, para cenizas y cajas de embalaje para cualquier traslado, prestación del servicio de coches fúnebres.

**Misión:** Somos una compañía comprometida en satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes con integridad, dignidad y seriedad. La Funeraria “Cardozo” se complace en ofrecer un servicio de alta calidad moral y sensibilidad humana, para brindar consuelo en los momentos más difíciles.

**Visión:** Ser la primera empresa funeraria de Samborondón alcanzando el liderazgo en la calidad de sus productos y servicios.

En su estructura organizacional, la “Funeraria Cardozo” en su condición de micro empresa, presenta una estructura bastante sencilla, donde se establecen las jerarquías y responsabilidades organizacionales, a través del organigrama del negocio, el cual se muestra a continuación.

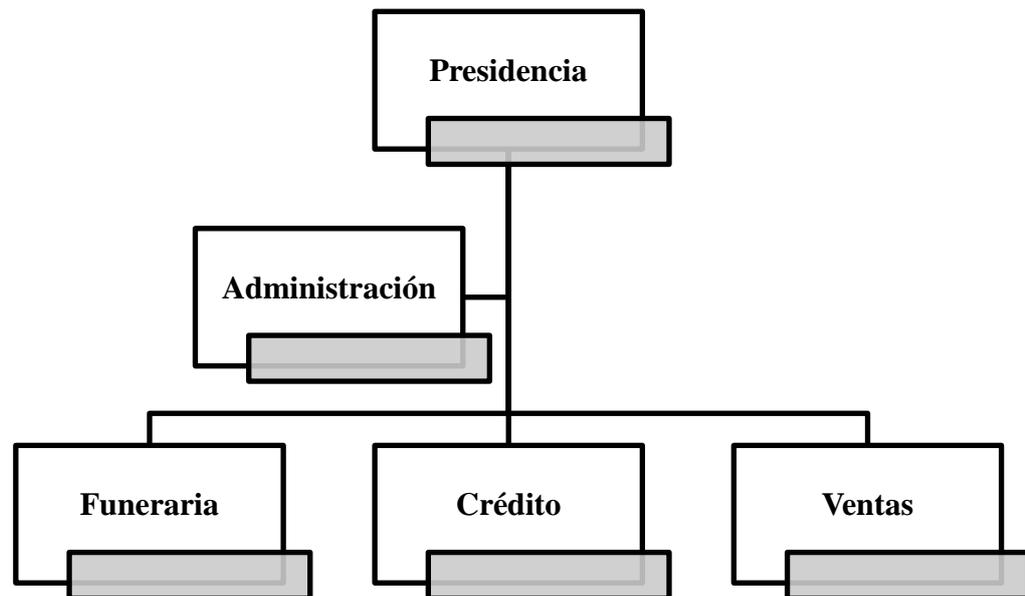


Figura 1. Organigrama de la empresa

La “Funeraria Cardozo” cuenta en la actualidad con una plantilla de 9 trabajadores, distribuidos en diferentes cargos, como se aprecia en la Tabla 1 que se muestra a continuación.

Tabla 1.

## Plantilla de trabajadores de "Funeraria Cardozo"

Ítem	Trabajadores	Cantidad
1	Director	1
2	Asistente	1
3	Chofer	1
4	Administrador	1
5	Coordinador de atención al cliente	1
6	Asistente de servicio al cliente	1
7	Guardia	1
8	Jefe de crédito	1
9	Jefe de ventas	1
<b>Total</b>		<b>9</b>

**Clientes:**

- Nuestros clientes son los moradores del Cantón Samborondón.

**Competidores:**

- Funeraria San Marcos, propietario Aurelio Cardozo.

**Proveedor más importante**

Sr. Samuel Gonzales Torres

**Principales productos o servicios**

Entre los servicios que ofrece están:

- Venta de ataúdes, cofres mortuorios
- Capillas ardientes
- Servicio de coche fúnebre

- Cafetería
- Trámites de las diligencias legales de defunción.

**Servicio gratuito:**

- Vasos, tarrinas, cucharas y servilletas.
- Carpa
- Sillas
- Ventilador
- Música
- Dispensador de agua
- Letrero electrónico
- Café, azúcar y roscas.
- Obsequio de recuerdos
- Caramelos, cigarrillos y naipes.

Con la realización de este análisis de prefactibilidad, se busca generar información sobre los resultados y flujos de efectivos proyectados, los cuales servirán para definir la viabilidad de la creación de la sucursal de la Empresa “Funeraria Cardozo” en la parroquia Tarifa. Así mismo los estados financieros permitirán determinar el resultado de las operaciones que se llevarán a efecto en la ejecución de la propuesta, tales como: activo, pasivo y capital al finalizar el periodo contable.

Todo esto considerando que ante la posibilidad de la creación de una sucursal de la empresa, se busca la dispersión territorial de la actividad empresarial. Puede ocurrir que una sucursal adquiriera más importancia económica que un

establecimiento principal, pero nunca se modificará su condición jurídica de establecimiento secundario o accesorio, ya que en la sucursal no radica ni la dirección empresarial ni el domicilio social.

## **2.2. Marco Referencial**

En los últimos años, se han realizado estudios relacionados con las empresas que brindan servicios funerarios y exequiales, los mismos que se van a constituir en un marco referencial para la investigación y que van a permitir establecer que el tema en estudio es preocupación de diversos autores. En tal sentido se presentan a continuación referentes tanto internacionales como nacionales que dan sustento a la investigación.

El estudio realizado Viña del Mar, Chile por Alegría (2017), en este estudio se realizan los estudios de factibilidad técnico y económico para crear una nueva empresa de servicios funerarios en la ciudad, la cual tendrá una amplia gama de servicios y así destacará entre sus pares, teniendo como lo más importante, la entrega de un servicio funerario integral (completo). El objetivo de este proyecto está enfocado en la población de la sexta región del Libertador Bernardo O'Higgins, específicamente en la ciudad de San Vicente de Tagua Tagua.

En este trabajo el autor pretende estudiar el mercado funerario en la ciudad de San Vicente de Tagua Tagua, con el fin de determinar las falencias que existen en las casas funerarias disponibles actualmente, evaluar nuevas propuestas para mejorar los servicios y satisfacer las necesidades de la población.

En la metodología, el autor aplicó el método de la medición de beneficios y costos, a través del cual pudo determinar, medir y valorizar los costos y beneficios.

Para evaluar este proyecto, se utilizarán los siguientes indicadores económicos que permiten obtener la rentabilidad del proyecto los cuales fueron descritos en el párrafo anterior VAN – TIR – PRI – IVAN. Luego de analizar los antecedentes y los resultados del "Estudio de prefactibilidad de instalar una empresa funeraria en San Vicente de Tagua Tagua, se puede concluir que el proyecto es rentable.

En el contexto nacional, León (2019), presentó un estudio cuyo objetivo es de crear una empresa que brinde este tipo de servicios, para facilitar y ayudar a las personas que se encuentran atravesando por el momento de dolor como es la pérdida de un ser querido, y tienen que tomar decisiones, se intermediará con las empresas funerarias y las personas que necesiten los servicios, la ayuda se dará a conocer en el transcurso de la investigación, la idea del proyecto es una nueva alternativa a considerar en el sector funerario ya que es un nuevo servicio a brindar.

El método de investigación a utilizar es el de campo, para el estudio se tomó en cuenta la población económicamente activa (PEA), dando como resultado 384 personas a encuestar por medio de la fórmula aleatoria simple, la recopilación de los resultados fue favorable para la creación de la empresa de servicios mortuorios en la ciudad de Guayaquil, se realizará la propuesta del plan de negocio proyectando la viabilidad del proyecto.

En ese mismo orden de ideas, Paladines (2018) presentó una investigación que comprende un análisis económico en la actividad de servicios funerarios y su incidencia en la rentabilidad financiera de la empresa Camposantos del Ecuador: Parque de la Paz, parroquia La Aurora periodo 2012 al 2016, para cumplir su objetivo se investigó los principales factores que influyen en la rentabilidad

financiera de las empresas privadas de servicios funerarios con la actividad financiera con la comercialización y la sostenibilidad de la economía en la ciudad de Guayaquil.

En el estudio, se analiza generalmente el ámbito económico y social, determinando cuales han sido los principales factores que han contribuido con el crecimiento y desarrollo, crear e innovar planes de negocios para incrementar las ventas, proponiendo nuevas estrategias de posicionamiento con la finalidad de liderar en el mercado entre sus principales competidores.

Se concluye luego del estudio que es necesario incrementar la inversión con el fin de obtener beneficios al desarrollo y crecimiento en la rentabilidad financiera de los servicios funerarios. Esto considerando que la ciudad de Guayaquil es un mercado potencial en ventas que permitirá generar un incremento en el rendimiento financiero de servicios funerarios.

Por último, se presenta como referente el estudio realizado por Eras (2016), la cual realizó proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de servicios funerarios en la ciudad de Catacocha. A través de este objetivo se buscó la forma para implementar la empresa de manera tal que se determina su factibilidad de creación.

Para la presente investigación, en la metodología se utilizó algunos métodos que sirvieron para conocer la aceptación del mercado y la aceptación del proyecto entre ellos está el método deductivo e inductivo. Se aplicaron encuestas a 343 demandantes, para luego determinar la demanda insatisfecha que es de 114 para el

primer año. También se analizó las estrategias de comercialización, para la cual se analizó las cuatros P (precio, producto, plaza y promoción).

Finalmente se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para cual se analizó los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) que es de \$19,532.43 por lo tanto se acepta el proyecto; Tasa Interna de Retorno (TIR) dando un total de 16,83%, siendo mayor al resto de oportunidad y por lo tanto es rentable; Relación Beneficio Costo (RB/C) es de 0.11 centavos de dólar. Periodo de Recuperación del Capital (PRC) es de 8 años, 8 meses, 1 día; el análisis de sensibilidad en aumento en los costos es del 7,02 % dando un total del 0.9902878 y el análisis de sensibilidad en disminución en los ingresos es del 5,98%, los mismos que indican que es favorable la puesta en ejecución del proyecto.

Todos estos referentes han sido de gran importancia, pues han contribuido a posicionar el estudio en un tiempo específico y han incrementado el compendio de material teórico sobre los aspectos alusivos a la gestión que se requiere para estimar la posibilidad de ampliar y mejorar la rentabilidad de la empresa mediante la posibilidad de la creación de una sucursal de la “Funeraria Cardozo” en la parroquia Tarifa del cantón Samborondón.

### **2.3. Marco conceptual**

**Presupuestos.** - “Esquemas que definen, en términos monetarios, la secuencia y forma en que se obtendrán y se asignarán los recursos necesarios para alcanzar los objetivos” (Bárcena & Lerma, 2012).

**Producto.** - “Un producto es algo que puede ser ofrecido a un mercado con la finalidad de que sea adquirido, utilizado o consumido, con objeto de satisfacer un deseo o una necesidad” (Kotler & Armstrong, 2003).

**Innovación.** - “Es cualquier modo de hacer las cosas de forma distinta en el reino de la vida económica, ejemplo de innovación sería la introducción de un nuevo producto, un nuevo método de producción o la apertura de un nuevo mercado” (Sánchez Bueno, 2008).

**Estructura Organizacional.** - “Es la capacidad de una organización de estructurarse y reestructurarse para adaptarse a condiciones internas y externas cambiantes es importante para aumentar al máximo el desempeño organizacional” (Lusthaus, 2002)

**Empresa.** - “Es una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de los objetivos determinados” (García del Junco & Casanueva Rocha, 2001).

**Cadena de valor.** - Es un sistema de actividades que se conecten mediante ciertos enlaces. “Dos actividades son interdependientes cuando la forma de realizar una de ellas afecta al coste o a la productividad de la otra” (Carrión Maroto, 2007). El conjunto de estas actividades da como resultado la propuesta de valor la cual deberá reflejar la imagen de la empresa, comunicar el valor agregado del producto o servicio y además ser simple y entendible para que los clientes potenciales puedan evaluar sus beneficios.

**Recursos.** - Los recursos son medios que las organizaciones poseen para realizar sus tareas y lograr sus objetivos: son bienes o servicios utilizados en la ejecución de las labores organizacionales. La administración requiere varias especializaciones y cada recurso una especialización. (Chiavenato, 1999).

**Estrategias.** - “Corresponden al conjunto de orientaciones generales y detalladas hacia la acción: el cómo de lograr lo que se pretende” (Bárcena & Lerma, 2012)

**Estrategia Competitiva.** - Consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos. (Porter, 2009)

**Estudio de Mercado.** - “Se define como una labor de recopilación, anotación y análisis de datos acerca de problemas relacionados con la comercialización de bienes y servicios. Su principal objetivo es determinar el mercado objetivo al que se dirige la empresa, así como su potencial o capacidad de compra” (Casado Díaz & Sellers Rubio, 2006)

**Servicio al cliente.** - El servicio al cliente es el proceso que se realiza para cumplir con la satisfacción de las personas que acuden a ti para adquirir un producto o servicio. (García, Ramos , & Ruíz, 2009)

**Servicios funerarios.** - Los servicios funerarios son aquellos servicios proporcionado por un profesional que garantiza en resolver la necesidad emocional, social, jurídica de la situación por la cual está pasando (León, 2019).

**Importancia del servicio al cliente:** Un cliente satisfecho es un cliente feliz, es aquel que volverá por nuestros productos y servicios una y otra vez, aquel que

divulgará entre sus amigos y contactos una imagen positiva de tu empresa, ¡es publicidad gratis y de las más efectivas!

**Satisfacción del cliente:** Es la respuesta de saciedad de una necesidad humana. También podemos decir, es la evaluación que realiza el cliente respecto a un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Se presume que al fracasar en el cumplimiento de las necesidades y las expectativas el resultado que se obtiene es la insatisfacción con dicho producto o servicio.

#### **2.4. Marco ambiental**

Se trata del ambiente externo de la empresa, donde esta se desenvuelve, y está conformada por todos aquellos componentes que de una u otra manera se encuentran relacionados con la organización y si uno de estos es afectado por algún motivo repercute dentro de la misma. Estos factores son:

**Factor Económico:** Es el comportamiento económico de la organización, con respecto a la macroeconomía es decir la economía con la que cuenta el país, costos, ingresos, índices de crecimiento e inflación (Ruiz & Vaca, 2011).

**Factor Tecnológico:** Son aquellos factores relacionados con el desarrollo de la empresa, en cuanto a la adquisición de maquinarias, materiales, herramientas, así también como los procesos (Santos, 2008).

**Factor Político:** Está regido por las políticas del gobierno, asuntos a nivel nacional y acuerdos internacionales, normas y leyes que rigen en el medio (Ruiz & Vaca, 2011).

**Factor Social:** Estos aspectos afectan o ayudan al modo de vivir de las personas esto se da de acuerdo con las necesidades, gustos, deseos y preferencias (Miranda J. , 2005).

**Factor Geográfico:** Es la ubicación, espacio, clima, recursos naturales; es decir, todo lo que tenga que ver con el lugar adecuado donde se encuentran ubicadas las instalaciones de la organización (Ruiz & Vaca, 2011).

**Factor Legal:** Son los aspectos relacionados con las leyes que se emiten en el Ecuador como son las que emiten en: Asamblea Nacional, la ley de compañías, entre otras (Miranda J. , 2005).

**Factor Cultural:** Es todo lo que tiene que ver con las creencias, las costumbres, la forma de vida que han adoptado las personas en el transcurso de los tiempos (León, 2019).

**Factor Ecológico:** Son aquellas formas de prevención al daño que hace una empresa al medio ambiente. Es por eso que una empresa debe reciclar o evitar utilizar desechos que dañen el medio ambiente y la capa de ozono. El impacto ambiental es considerado como la diferencia entre las condiciones ambientales que existirían con la implementación de un proyecto y las condiciones ambientales que existen sin el mismo (Miranda J. , 2005).

**Evaluación de impacto ambiental:** Es un procedimiento capaz de garantizar un examen sistemático de los efectos ambientales de una acción propuesta y de su alternativa, que asegura un proceso de toma de decisiones adecuado al interés público (Miranda J. , 2005).

**Estudio de impacto ambiental:** Es un componente fundamental del procedimiento del Estudio de Impacto Ambiental, implica la predicción de efectos sobre el sistema ambiental, su ponderación o valoración cualitativa o cuantitativa, la formulación de acciones para minimizar los impactos negativos y optimizar los positivos y para el monitoreo y control ambiental (Miranda J. , 2005).

## **2.5. Variables**

### **2.5.1. Variable Independiente:**

Proyecto de prefactibilidad.

### **2.5.2. Variable Dependiente**

Creación de una Sucursal

### **2.6.3. Operacionalización de las variables**

De acuerdo con Espinoza (2019) citando a Avalos, la operacionalización de las variables comprende la desintegración de los elementos que conforman la estructura de la hipótesis y de manera especial a las variables. El autor precisa que la operacionalización de dichas variables, se logra cuando variables se descomponen en dimensiones y estas a su vez son traducidas en indicadores que permiten la observación directa y la medición de las mismas. Afirma que la operacionalización de las variables es fundamental porque a través de ellas se precisan los aspectos y elementos que se quieren cuantificar, conocer y registrar con el fin de llegar a conclusiones (Espinoza , 2019) A continuación se presenta la tabla de operacionalización de las variables.

Tabla 2.

*Operacionalización de variables*

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Categoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Instrumentos</b>
<b>Estudio de Prefactibilidad</b>	Consiste en un “análisis de seis estudios particulares que deben realizarse para evaluar un proyecto: los de la viabilidad comercial, técnica, legal, de gestión, de impacto ambiental y financiera” (Sapag; 2000) que llevarán a la determinación de la viabilidad del proyecto.	.- Estudio de mercado	.- Oferta .- Demanda .- Competencia .- Canales de comercialización	.- ¿Existen ofertas de servicios funerarios en la parroquia Tarifa? .- ¿Existe en el sector suficiente demanda con respecto a este tipo de servicios? .- ¿Se presenta mucha competencia en la zona con respecto a ofertas de servicios funerarios? .- ¿Qué canales utilizan las empresas que prestan estos servicios para dar a conocer su oferta?	Encuesta a sujetos de la muestra  Entrevista a propietarios de funerarias
		.- Estudio técnico	.- Instalaciones .- Capacidad del local	.- ¿Se cuenta con instalaciones adecuadas para los servicios mínimos requeridos para una Sucursal de Servicios Funerarios? .- ¿El local del que se dispone para su funcionamiento suficiente para la cantidad de habitantes del sector?	
		.- Estudio financiero	.- Capital de trabajo .- Inversiones fijas y diferidas .- Estado de resultados	.- ¿Cree que la empresa Funeraria “Cardozo” cuenta con el capital de trabajo para poner en marcha el proyecto de ampliación? .- ¿Cree que las inversiones para este tipo de proyecto son demasiado altas? .- ¿Le parece que este tipo de proyecto puede generar resultados positivos en la rentabilidad del mismo?	

Variable	Definición conceptual	Categoría	Indicadores	Ítems	Instrumentos
<b>Creación de una Sucursal de microempresa de servicios funerarios</b>	Empresa que inicia su expansión con ingresos de hasta USD 300.000 y que cuenten con hasta 9 trabajadores que se encarga de ofrecer servicios funerarios en general. Tienen como finalidad brindar una serie de servicios para asesorar, cuidar y ayudar a las familias del fallecido en el trámite de papeleo y llevar a cabo otros servicios de tanatoestética y tanatopraxia en el caso de que fuera necesario.	- Empresa de Servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organigrama</li> <li>- Perfil de cargos</li> <li>- Responsabilidades y funciones</li> <li>- Servicios ofrecidos</li> <li>- Precio</li> <li>- Calidad de los servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cree que la Funeraria “Cardozo” cuenta con una estructura organizativa que destaque la jerarquía de los cargos?</li> <li>- ¿Se cuenta con una definición establecida de los cargos que se requieren?</li> <li>- ¿Los cargos existentes en la organización tienen establecidas debidamente sus responsabilidades y funciones?</li> <li>- ¿Se ofrece variedad de paquetes con diferentes tipos de servicios?</li> <li>- ¿Cree que los servicios ofertados son suficientes para la parroquia Tarifa?</li> <li>- ¿Los precios de los servicios son accesibles al sector donde se encuentra ubicado?</li> <li>- ¿Considera que un servicio funerario de calidad debe ofertar todos los servicios necesarios para brindar la tranquilidad de los dolientes en esos momentos difíciles?</li> <li>- ¿Estaría usted dispuesto a utilizar los servicios mortuorios de la Funeraria “Cardozo” si se abre una sucursal en la Parroquia Tarifa?</li> </ul>	<p>Encuesta a sujetos de la muestra</p> <p>Entrevista a propietarios de funerarias</p>

## Capítulo III

### 3. Marco Metodológico

#### 3.1. Plan de investigación

Un plan de investigación es un procedimiento científico destinado a recabar información y formular hipótesis sobre un determinado fenómeno social o científico (Rodríguez, 2013) Es decir, es el diseño estructurado que se aplica durante la investigación. Según Hurtado (2008) “se refiere a donde y cuando se recopila la información, de manera que dé respuesta a la pregunta de la investigación de la forma más idónea posible”. Los diseños que están empleados en la siguiente investigación son:

**Bibliográfico:** Desde la óptica de Sierra Bravo (2007) este tipo de diseño “se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase. Se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variables” (p. 47). Cuando opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos, lo recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes. En este estudio, se utiliza el diseño bibliográfico, pues a través del mismo se profundizará la indagación sobre el tema y se analizarán documentos relacionados con el tema objeto de estudio, para así recolectar suficiente información sobre las variables analizadas.

**De campo:** Una investigación de campo o estudio de campo es un tipo de investigación en la cual se adquieren o miden datos sobre un suceso en particular, en el lugar donde suceden. Es decir que, el investigador se traslada hasta el sitio donde ocurre el fenómeno que desea estudiar, con el propósito de recolectar información

útil para su investigación. Las investigaciones de campo son efectuadas en el lugar donde ocurre el acontecimiento que va a ser estudiado por el investigador, teniendo este que trasladarse hasta allí para capturar los datos necesarios (Rodríguez, 2013). Es por esto que se aplica esta investigación en el estudio, al trasladarse hasta la parroquia Tarifa en el cantón Samborondón para recopilar la información requerida, asimismo a la oficina principal de la “Funeraria Cardozo”.

**Mixto:** el diseño mixto, desde la perspectiva de Hernández, Fernández y Baptista (2007) “representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativos y cuantitativos. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas” (p. 221). Este tipo de diseño, agrega complejidad al estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques.

Este diseño se utiliza en el estudio, ya que en el mismo surge el análisis de una combinación de datos cuantitativos y cualitativos, los cuales representará un estudio de procesos metódicos que comprenderá un análisis de datos aplicando ambas metodologías, lo que conllevará conclusiones mucho más objetivas sobre los resultados obtenidos

### **3.2. Tipos de Investigación**

El tipo de investigación, desde la perspectiva de Bernal (2010), depende en gran medida “del objetivo del estudio del problema de investigación y de las hipótesis que se formulen en el trabajo que se va a realizar” (p. 110). Existen diferentes tipos de investigación, sin embargo, para efectos de este estudio, se utilizarán las siguientes:

**Investigación Explicativa:** desde la perspectiva de Sampieri (2004) la investigación explicativa “busca instituir y ver más allá de la descripción de los sucesos o fenómenos que se manifiestan y que se estudian” (p.85). La investigación de la presente tesis es explicativa ya que a través de los análisis y estudios de los fenómenos que se asimilan en el contexto se podrá explicar de manera clara y concisa las manifestaciones de las dos variables de estudio.

**Investigación Descriptiva:** de acuerdo con Arias (Arias, 1998), la investigación descriptiva “mide de forma independiente las variables y aun cuando se formule hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de investigación” (p.25). En esta investigación se observa, describe y se evalúa aquellas situaciones, hechos o fenómenos que hay en el contexto, realizando un estudio profundo de aquellos acontecimientos para así recolectar información y datos de los factores financieros como la demanda de usuarios que existe en el sector donde se implantará el proyecto.

### **3.3. Fuentes de investigación**

La recolección de los datos es un aspecto muy importante en toda investigación, ya que de ellos depende la confiabilidad y validez del estudio. De acuerdo con Cerda (2000), “existen diferentes tipos de fuentes de recolección de información a saber: las primarias y las secundarias” (p. 128)

Las fuentes primarias, son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. Se obtiene información primaria cuando se observan directamente los hechos cuando se entrevista directamente a las personas que tienen relación directa con la situación objeto del

estudio. Las fuentes secundarias, son las que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo los referencian. Las principales fuentes secundarias para la obtención de la información son los libros, las revistas, los documentos escritos (en general, todo medio impreso), los documentales, los noticieros y los medios de información.

En el caso de la investigación que se realiza, se utilizarán fuentes primarias, porque se obtendrá información directamente de la fuente, es decir, se trabajará con información de primera mano o desde donde ocurren los hechos. Y se utilizarán también fuentes secundarias, ya que se obtendrá información complementaria de libros, artículos de revistas y trabajos de investigación previos realizados por otros autores.

### **3.4. Métodos y Técnicas de investigación**

De acuerdo con Bernal (2010) el método tiene que ver con la metodología, es decir, implica el conjunto de aspectos operativos del proceso Investigativo. Existen diferentes tipos de métodos. En esta investigación se utilizan los siguientes:

**Método inductivo-deductivo:** es un método de inferencia que se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general). Es decir, se conocen los hechos concretos para obtener generalidades. En la investigación que se realiza, este método permitirá el razonamiento de los indicios, mediante la observación para de esta manera tener evidencias claras y poder llegar a una conclusión y explicación.

**Método deductivo:** es un método de razonamiento y consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. En la investigación, utilizando este método se logrará realizar un análisis y examinar las distintas posibilidades que existen sobre el problema, para una vez obtenida toda esa información llegar a conclusiones lógicas y específicas.

**Método estadístico-inferencial:** es una herramienta que asume el análisis, interpretación, proyección y representación, mediante variables o valores numéricos que se lo aplica para obtener datos e información en un proyecto de investigación. (Acosta, 2004). En este estudio se utiliza el método estadístico ya que se adoptan procedimientos de información comprobando datos, que se da en la investigación cuantitativa para la comprobación de resultados. Se aplicó en el transcurso de la investigación a través de la técnica de la encuesta, que permitió la recolección de información y datos numéricos para analizar y poder llegar a un resultado.

En cuanto a las técnicas de recolección de información, en el estudio se utilizó la Encuesta, la cual según Sandhusen (2002) “consigue información que mediante preguntas que se les hace a los encuestados ya sea personalmente, por correo electrónico o teléfono con el fin de poder congrega datos” (p. 69) Es por eso que en el estudio la encuesta se aplicará a la muestra en estudio conformada por individuos de 18 años de edad en adelante, que se encuentren económicamente activos, los cuales estén en capacidad de acceder a los servicios exequiales, incluidos los de alquiler de salas de velaciones. (López Zubieta, 2002)

También se utilizó en el estudio la Entrevista, la cual es definida por Alvarado y Morán (2010) como “un instrumento que se realiza personalmente a alguien basada a una serie de preguntas que da el entrevistado a la persona entrevistada con la finalidad de obtener información amplia y libre” (p. 37) En el caso del estudio, la entrevista será aplicada a los dueños de funerarias, con el objetivo de conocer cómo se administran estos negocios y cuáles son las amenazas y oportunidades que el mercado les está ofreciendo. (López Zubieta, 2002)

### 3.5. Población

La población, es el universo que demandará del servicio. Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, documentos escritos, entre otros". (López Zubieta, 2002) La población del Cantón Samborondón, según el Censo del 2001, representa el 1.4 % del total de la Provincia del Guayas; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un 2.7 % de promedio anual.

En el caso de la investigación que se realiza la población elegible, que es la población concreta al cual va dirigido el estudio (Carrillo Flores, 2015), estuvo conformada por 30,672 individuos que habitan en la parroquia Tarifa del cantón Samborondón, a razón de 4 individuos promedio por familia aproximadamente, lo que refleja un total de 7,668 familias.

Tabla 3.

Población Parroquia según Censo 2010

<b>Sector</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>	<b>Promedio familias</b>
<b>Rural</b>	15,194	15,478	30,672	7,668

Debido a que los datos de la población corresponden al censo realizado en el año 2010, se procedió a realizar una proyección de la misma para el año 2020, tomando como tasa de crecimiento poblacional de 2,7% anual, correspondiente a la parroquia Tarifa del cantón Samborondón, con la finalidad de obtener datos más ajustados. Para el cálculo se toma como referencia el número total de familias para el año 2010 y se aplica la tasa de crecimiento provincial establecida por el INEC, resultado lo siguiente.

Tabla 4.

*Proyección de la población*

<b>Período</b>	<b>Año</b>	<b>Número de familias T.C.%</b>
	2010	7,668
	2011	7,875
	2012	8,088
	2013	8,306
	2014	8,530
	2015	8,760
	2016	8,997
	2017	9,240
	2018	9,489
	2019	9,745
<b>0</b>	<b>2020</b>	<b>10,008</b>
1	2021	10,278
2	2022	10,556
3	2023	10,841
4	2024	11,134
5	2025	11,435

**3.6. Tamaño de la muestra**

En lo que respecta a la muestra, es definida como el subconjunto representativo que se extrae de la población destacando en si una investigación de la población para

así determinar la muestra (Arias, 1998) En el caso de este estudio la muestra fue probabilística, ya que todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra, tienen probabilidad positiva de formar parte de la muestra. Por lo tanto, es el tipo de muestreo que deberemos utilizar en nuestras investigaciones. (López Zubieta, 2002)

Con el fin de saber la cantidad de encuestas que serán aplicadas a la población se determina el tamaño de muestra, con el fin de obtener información que permita realizar el análisis. La muestra resultará de la utilización de la siguiente fórmula para poblaciones finitas (López Zubieta, 2002)

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

**Dónde:**

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Número de elementos del universo (10,008 familias)

**Z2**= Valor crítico (1.96 si la seguridad es de 95%)

**p** = Probabilidad de éxito esperada (0.50)

**q** = Probabilidad de fracaso (0.50)

**E2** = Margen de error (5% = 0.05)

**(N-1)** = Factor de corrección

$$n = \frac{10,008 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (10,008 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{10,008 * 3.8416 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (10,007) + 3.8416 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{9,611.6832}{0.0025 * (10,007) + 0.9604}$$

$$n = \frac{9,611.6832}{25.0175 + 0.9604}$$

$$n = \frac{9,611.6832}{25.9779}$$

$$n = 369 \text{ encuestas}$$

El tamaño de la muestra que será tomada en cuenta para el estudio será 369 familias seleccionados al azar de la parroquia Tarifa en el cantón Samborondón a las cuales se les aplicarán 369 encuestas. Para el caso de las entrevistas, se seleccionó 1 representante de cada una de las funerarias existentes en el cantón Samborondón, es decir, 2 personas. Lo que indica una muestra total de 371 instrumentos aplicados.

Tabla 5.

Distribución de la muestra de estudio

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Familias de la parroquia Tarifa seleccionados al azar	369
Entrevistas a dueños y gerentes de funerarias del cantón Samborondón	2
<b>Total</b>	<b>371</b>

### **3.7. Análisis de los resultados**

Los resultados obtenidos durante el estudio, fueron tabulados apegado los procedimientos de las normas estadísticas, elaborando tablas que resuman la información cuantitativa y gráficas circulares que reflejen su interpretación cualitativa. Para la realización del estudio de prefactibilidad, se aplicaron los procesos correspondientes a los análisis financieros realizados.

## Capítulo IV

### 4. Formulación del Proyecto

Este estudio de prefactibilidad pretende establecer los lineamientos necesarios que permitan evaluar las variables que hagan posible calcular los costos en los que resulte la creación de una sucursal de la microempresa “Funeraria Cardozo” en la Parroquia Tarifa del Cantón Samborondón, para responder a las necesidades de la población de dicho sector en esta materia. Para esto se procede a aplicar una encuesta a fin de establecer oportunamente la demanda insatisfecha y el nivel de retorno económico en función de la frecuencia de utilización del servicio para de esta forma conocer el sostenimiento económico y crecimiento del proyecto una vez que se ejecute.

#### 4.1. Análisis e interpretación de resultados

A continuación, se presentan los resultados de los instrumentos aplicados en el estudio a las familias encuestadas. Comenzando con la variable **Estudio de**

#### **Prefactibilidad**

##### 1. ¿Cuál es su ingreso mensual en dólares?

Tabla 6.

*Ingresos mensuales en dólares*

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Entre 340-550	289	78%	78%
Entre 551-750	69	19%	97%
Entre 751-950	11	3%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

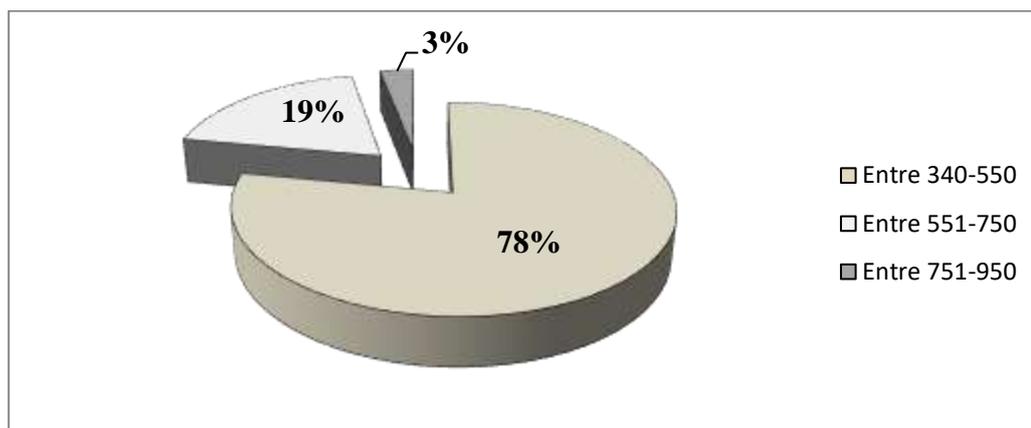


Figura 2. Ingreso mensual en dólares

#### **Análisis e interpretación:**

De acuerdo con los datos reflejados en la tabulación de las encuestas aplicadas a las familias de la parroquia Tarifa, se pudo determinar que la mayoría de los ingresos promedio mensual se ubica en el grupo de entre 340 a 550 dólares americanos mensual, con un 78% de representatividad, lo que significa que con estos ingresos las familias cubren en parte la canasta básica, lo que lleva a inferir que los encuestados están en condiciones de utilizar los servicios funerarios que prestará la empresa.

#### **2. ¿Existen ofertas de servicios funerarios en la parroquia Tarifa?**

Tabla 7.

Existencia de ofertas de servicios funerarios

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Si	0	0%	0%
No	279	76%	76%
No sé	90	24%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

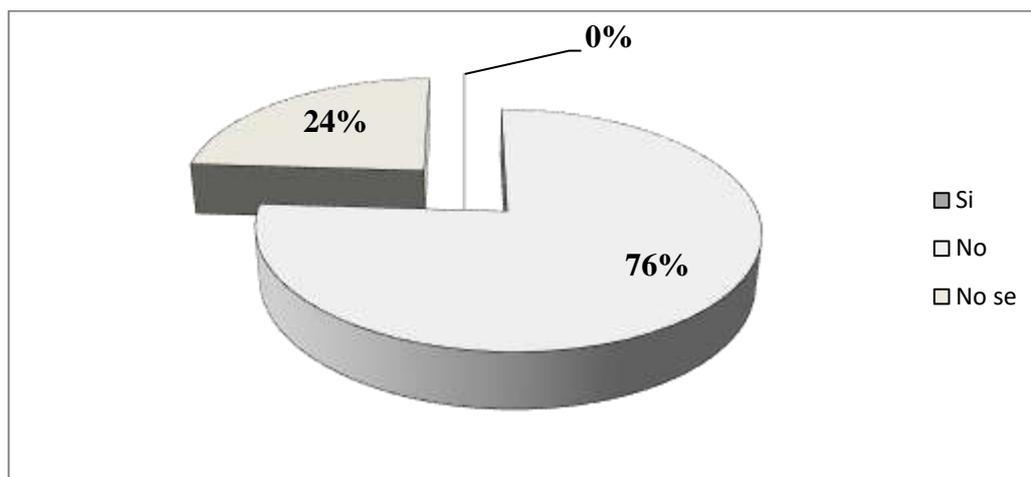


Figura 3. Ofertas de servicios funerarios en Tarfi

#### Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados reflejados el 76% de los encuestados contestó que no existen ofertas de servicios funerarios en la parroquia Tarifa, seguido de un 24% que respondió que no sabe si existen este tipo de ofertas. Esto es un indicativo claro de la existencia de la necesidad de este tipo de servicios en el sector estudiado, ya que todos estos servicios se encuentran ubicados en Samborondón.

#### 3. ¿Cuándo fallece alguna persona de su familia donde se realiza la velación?

Tabla 8.

*Sitio donde se realiza la velación*

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casa	278	75%	75%
Otro lugar	80	22%	97%
Funeraria	11	3%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

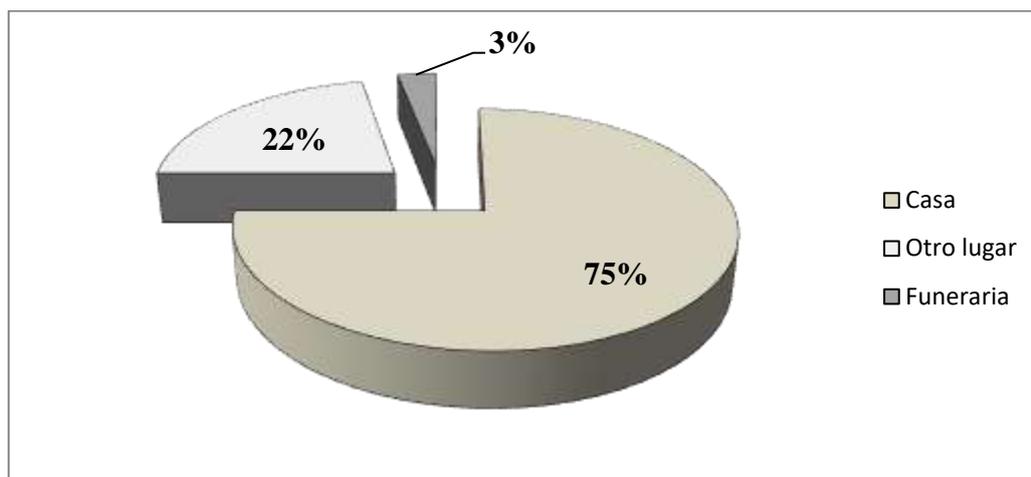


Figura 4. Lugar donde realiza la velación

#### **Análisis e interpretación:**

Según las respuestas emitidas por los encuestados, cuando muere un familiar el 75% realiza la velación en la casa. Un 22% realiza la velación e otro lugar y un 3% realiza la velación en la funeraria que queda en Samborondón, lo que indica que sería beneficioso para las familias de esta parroquia poder contar con una funeraria que se encuentra cercana a los hogares, donde se puedan realizar estos actos.

#### **4. ¿Se presenta mucha competencia en la zona con respecto a ofertas de servicios funerarios?**

Tabla 9.

#### *Competencia de ofertas de servicio*

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Si	8	2%	2%
No	278	75%	77%
No sé	83	23%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

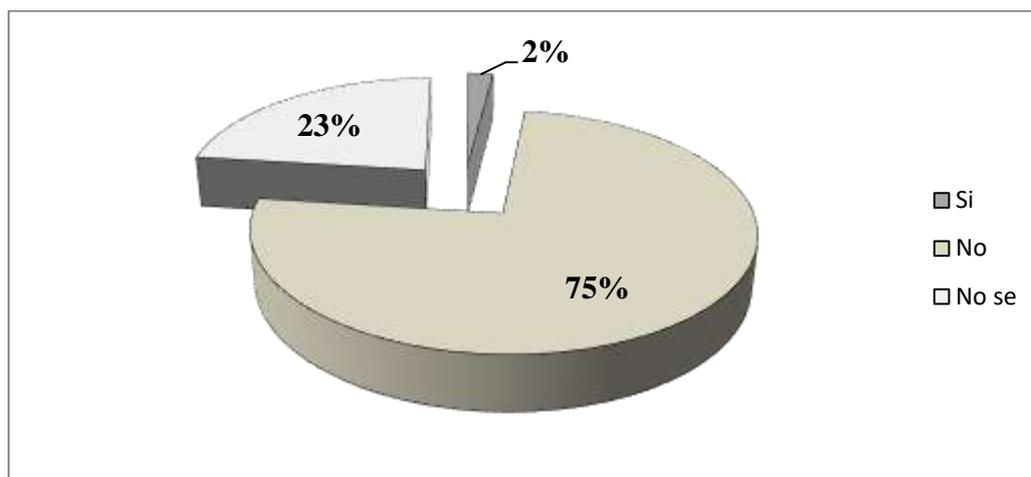


Figura 5. Competencia ofertas de servicio

#### **Análisis e interpretación:**

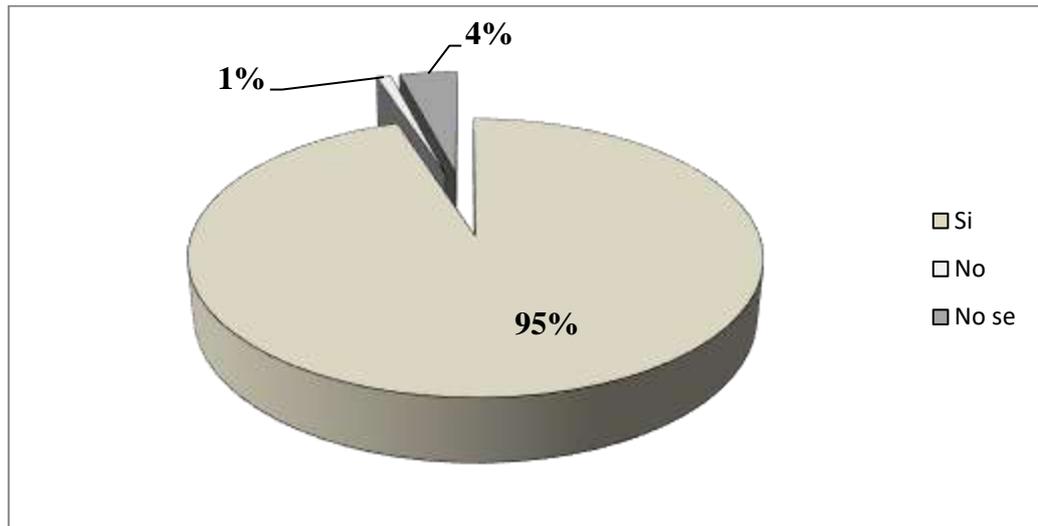
De las encuestas aplicadas un 75% contestó que, en la zona, no se presenta mucha competencia con respecto a ofertas de servicios funerarios, seguido de un 23% que respondió que no sabe y solo un 3% que manifestó que si hay competencia. Esto permite inferir que la mayoría de los encuestados conocen perfectamente que en la parroquia no existen este tipo de servicios, por lo tanto, no hay competencia al respecto, pues cuando ocurre un deceso se debe ir hasta Samborondón para gestionar los servicios de exequias.

#### **5. ¿De crearse una empresa de servicios funerarios en la Parroquia Tarifa estaría dispuesto a utilizar estos servicios?**

Tabla 10.

Disposición a utilizar el servicio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	350	95%	95%
No	2	1%	96%
No sé	17	4%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	



*Figura 6. Utilizaría el servicio si existiera en Tarifa*

**Análisis e interpretación:**

Los resultados obtenidos reflejan que el 95% de los encuestados manifiesta que de crearse una empresa de servicios funerarios en la parroquia Tarifa sí estarían dispuestos a utilizar los servicios de la misma, mientras que un 4% respondió no sé y un 1% contestó que no. Lo que indica que el proyecto de creación de una sucursal de la “Funeraria Cardozo” en la parroquia Tarifa, parece tener bastante aceptación por los habitantes de la misma.

6. ¿Cuál de estas opciones considera indispensable al momento de contratar servicios mortuorios?

Tabla 11.

Opciones indispensables en una contratación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Cofres, féretros y Tanatopraxia	110	30%	30%
Sala de velación, traslados y cafetería	100	27%	57%
Servicios religiosos, arreglos florales, libro de condolencias	19	5%	62%
Arreglo de la documentación	60	16%	78%
Todas las anteriores	80	22%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

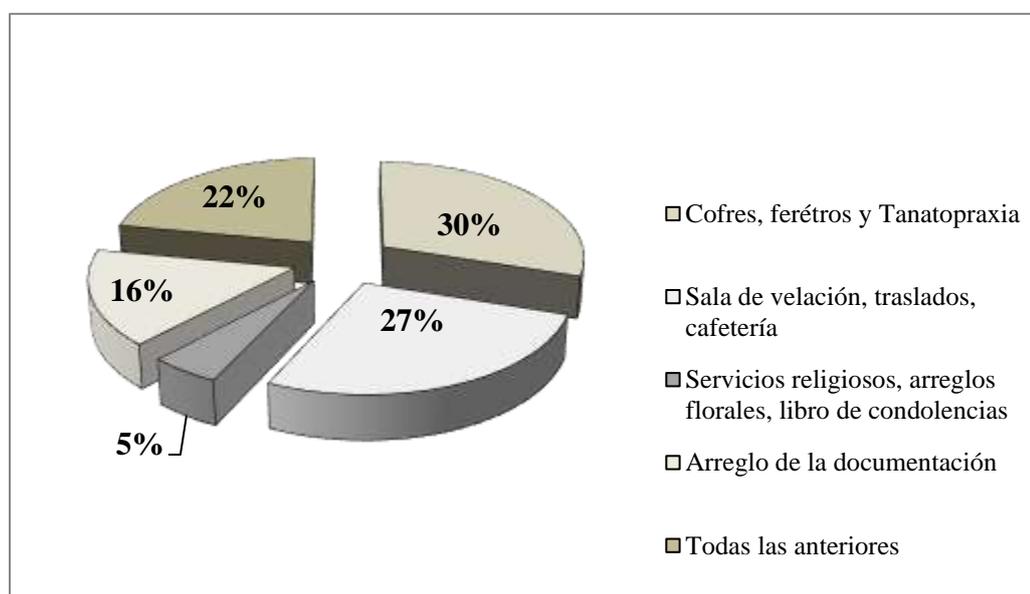


Figura 7. Servicios considerados necesarios

### Análisis e interpretación:

De acuerdo a la opinión de los encuestados, un 30% considera que al momento de contratar servicios mortuorios es indispensable que tengan cofres, féretros y Tanatopraxia, un 27% contestó que sería importante contar con sala de velación, traslados y cafetería, un 22% respondió que es indispensable que el servicio tenga todas las opciones ofertadas, un 16% cree que es importante contar con el arreglo de la documentación y solo un 5% opinó que es importante que el servicio cuente con servicios religiosos, arreglos florales, libro de condolencias.

### 7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio funerario?

Tabla 12.

Costo que pagaría por el servicio funerario

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Entre \$190 - \$280	230	62%	62%
Entre \$281 - \$320	80	22%	84%
Entre \$321 - \$500	19	5%	89%
Entre \$501 - \$700	40	11%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

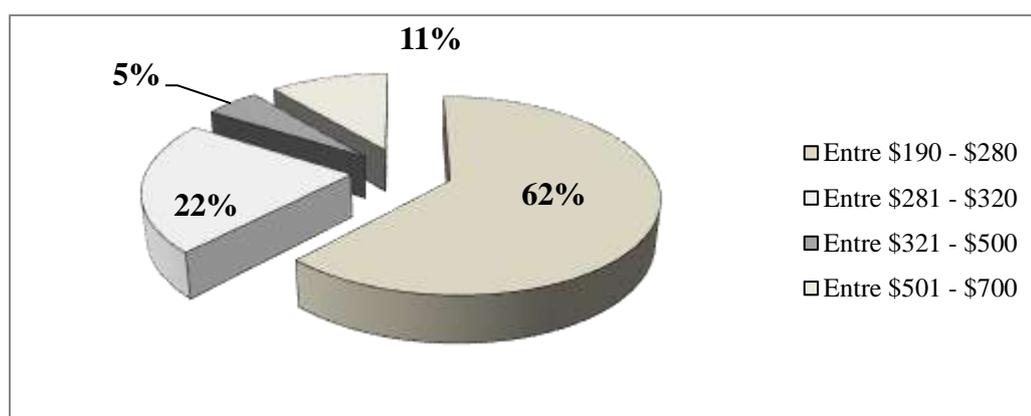


Figura 8. Costo a pagar por el servicio funerario

**Análisis e interpretación:**

Los encuestados manifestaron en un 62% que estaría dispuesto a pagar entre \$190 - \$280 por el servicio funerario. Un 22% contestó que pagaría entre \$281 - \$320 por este servicio. Un 11% respondió que puede pagar entre \$321 - \$500 y un 5% respondió que pagaría entre \$501 - \$700 por este servicio.

**8. ¿Cómo le convendría pagar este tipo de servicio?**

Tabla 13.

Conveniencia en el pago del servicio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Contado	240	65%	65%
Crédito	125	34%	99%
No se	4	1%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

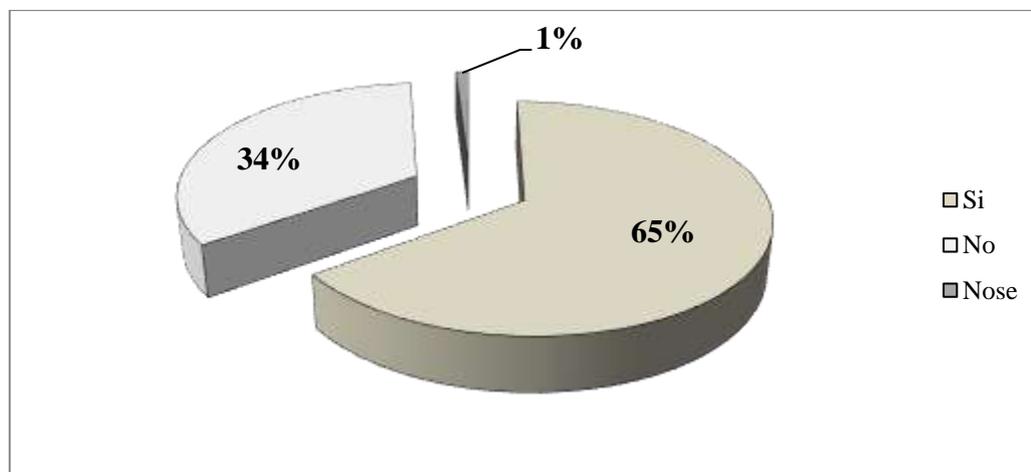


Figura 9. Conveniencia en el pago

**Análisis e interpretación:**

De acuerdo a la opinión de los encuestados, el 65% considera que le convendría pagar este tipo de servicios al contado. Un 34% manifestó que le convendría pagar el

servicio a Crédito y sólo un 1% respondió no sabe cómo sería más conveniente pagar este tipo de servicios en la familia.

**9. ¿Le parece que este tipo de proyecto puede generar resultados rentables para la empresa?**

Tabla 14.

Rentabilidad del proyecto para la empresa

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	252	68%	68%
No	4	1%	69%
No se	113	31%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

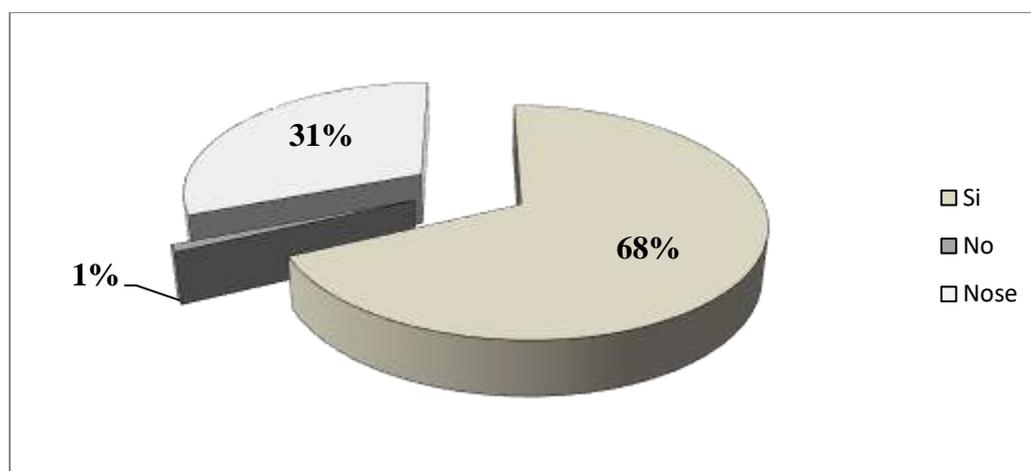


Figura 10. Rentabilidad del proyecto

**Análisis e interpretación:**

Los encuestado opinan en un 68% que este tipo de proyectos si puede generar resultados rentables para la empresa. Un 31% de los encuestados manifestó que no

sabe si el proyecto sería rentable para la empresa y sólo un 1% de los encuestados manifestó que este proyecto no es rentable para la empresa.

Seguidamente se muestran los resultados correspondientes a la variable **Sucursal de Microempresa de Servicios Funerarios**, la cual reportó lo siguiente:

**10. ¿Cree que la Funeraria “Cardozo” cuenta con una estructura organizativa donde se destaca la jerarquía de los cargos?**

Tabla 15.

*Estructura organizacional*

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	108	29%	29%
No	15	4%	33%
No se	246	67%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

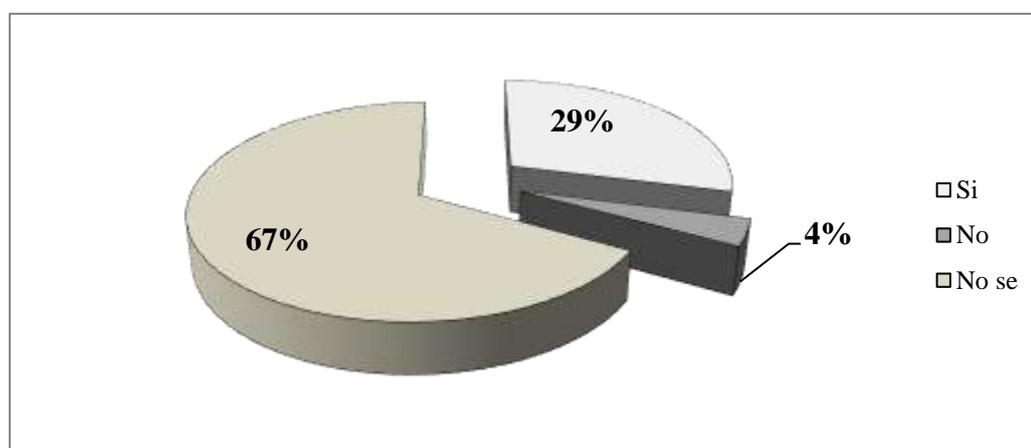


Figura 11. Estructura organizacional de la empresa

**Análisis e interpretación:**

Desde la perspectiva de los encuestados, un 67% no sabe si la Funeraria “Cardozo” cuenta con una estructura organizativa donde se destaque la jerarquía de

los cargos, seguido de un 29% que contestó que Si cuenta con dicha estructura organizativa y sólo un 4% que contestó que no cuenta con una estructura organizativa jerárquica en dicha empresa.

**11. ¿En la Funeraria “Cardozo” se ofrece variedad de paquetes con diferentes tipos de servicios?**

Tabla 16.

*Variedad en paquetes de servicios*

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	115	31%	31%
No	159	43%	74%
No se	95	26%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

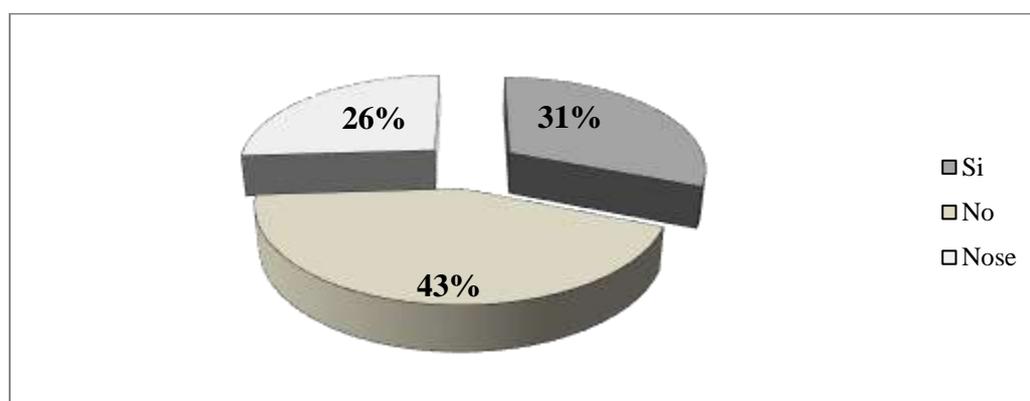


Figura 12. Variedad en paquetes ofertados

**Análisis e interpretación:**

Para un 43% de los encuestados, los paquetes exequiales ofertados por la Funeraria “Cardozo” no ofrecen variedad de servicios, mientras que un 31% de los encuestados opinó que si ofrecen variedad de servicios y un 26% contestó que no sabe si los paquetes ofertados ofrecen variedad en los servicios. Esto permite inferir

que la funeraria en estudio, hasta ahora no ha mostrado una oferta variada de servicios que les permita a los habitantes escoger entre un grupo de posibilidades económicas.

**12. ¿Cree que los servicios ofertados por la Funeraria “Cardozo” se adaptan a las necesidades de los habitantes de la parroquia Tarifa?**

Tabla 17.

Servicios adaptados a las necesidades de los habitantes

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	140	38%	38%
No	210	57%	95%
No se	19	5%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

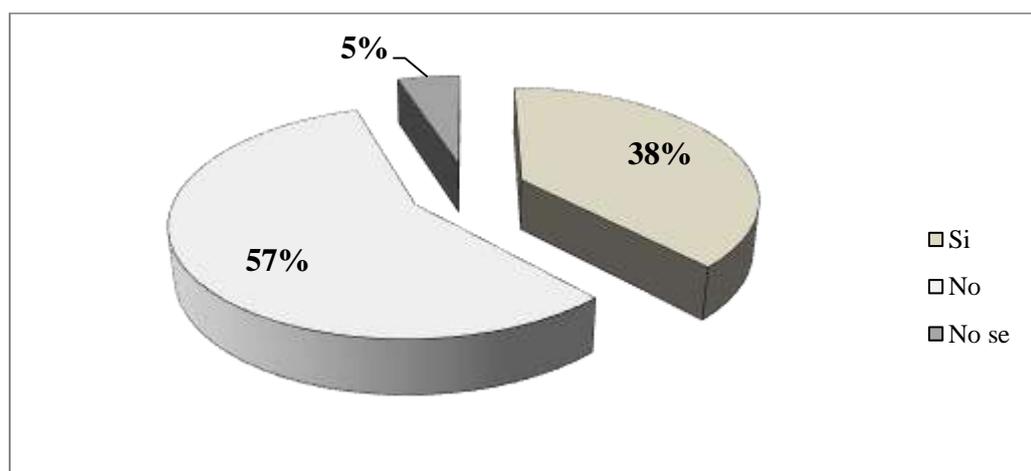


Figura 13. Servicios adaptados a necesidad del cliente

### Análisis e interpretación:

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta, el 57% opina que los servicios ofertados por la Funeraria “Cardozo” no se adaptan a las necesidades de los habitantes de la parroquia Tarifa. Un 38% de los encuestados considera que si se adaptan y el otro 5% no sabe si se adaptan a las necesidades de los habitantes del sector en estudio.

### 13. ¿Por qué medio informativo le gustaría que la empresa ofreciera sus servicios?

Tabla 18.

Medio informativo para ofrecer el servicio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Prensa escrita	79	21%	21%
Radio	247	67%	88%
Internet	43	12%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

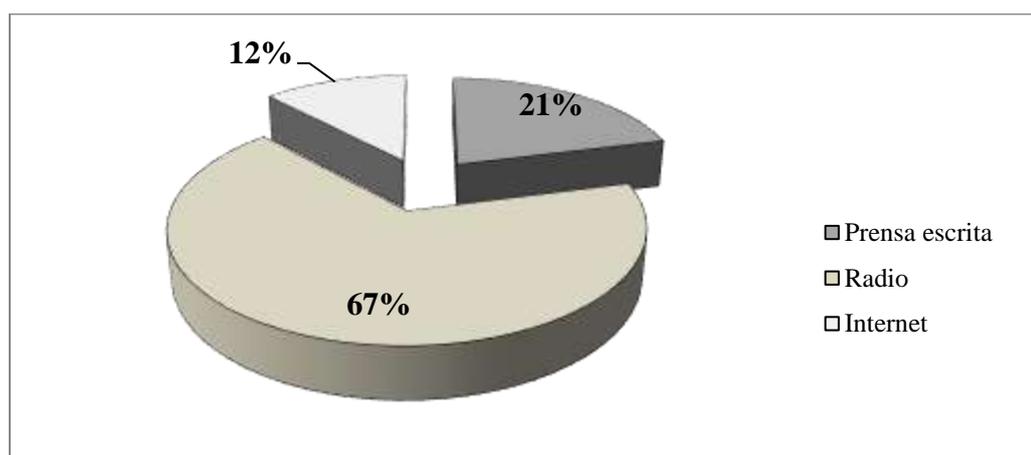


Figura 14. Medio informativo que le gustaría para el servicio

### Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados alcanzados, el 67% de los encuestados le gustaría que la empresa ofreciera sus servicios utilizando como medio informativo la radio, seguida de un 21% que contestó por prensa escrita y un 12% que indicó que el Internet sería ideal como medio informativo para ofrecer los servicios funerarios de la empresa.

### 14. ¿Para que un servicio funerario sea de calidad debe ofertar los servicios necesarios para brindar la tranquilidad de los dolientes en esos momentos difíciles?

Tabla 19.

#### Calidad del servicio funerario

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	360	97%	97%
No	3	1%	98%
No se	6	2%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>	

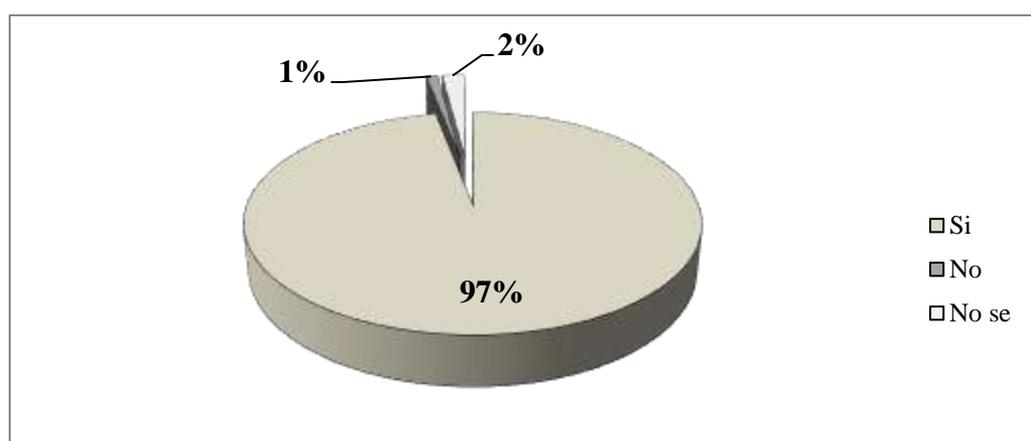


Figura 15. Calidad en el servicio funerario

**Análisis e interpretación:**

En la última pregunta de la encuesta, se obtuvo que un 97% que respondió que para que un servicio funerario sea de calidad, este si debe ofertar los servicios necesarios para brindar la tranquilidad de los dolientes en esos momentos difíciles. Un 2% respondió que no sabe y un 1% contestó no ante esta pregunta.

**4.1.1. Resultados de las Entrevistas**

La entrevista fue aplicada a los señores Fernando Cardozo propietario de la Funeraria Cardozo y al señor Aurelio Cardozo Auría, propietario y administrador de la Funeraria San Marcos, únicas empresas que prestan este servicio en el cantón Samborondón, obteniendo la siguiente información al analizar las mismas:

1. ¿Sería conveniente abrir una sucursal de servicios funerarios en la parroquia de Tarifa?

Los entrevistados no coinciden en la idea de abrir una sucursal en esta parroquia, pues mientras el propietario de la funeraria Cardozo considera que sería una opción interesante para expandir el negocio, el propietario de la funeraria San Marcos, considera que sería correr un riesgo innecesario en estos momentos.

2. ¿Los habitantes de Tarifa tienen la capacidad económica para pagar un servicio funerario adecuado y de calidad?

La opinión de los entrevistados coincide en que esto va a depender de la situación económica de cada familia, pues ambas funerarias tienen planes que pueden ser perfectamente accesibles y algunos muy económicos que se adaptan a cualquier realidad familiar.

3. ¿Cree que en la parroquia Tarifa existe un mercado potencial con demanda suficiente para abrir una sucursal de este tipo de empresa?

Los propietarios de las funerarias coinciden en que el negocio de servicios funerarios tiene potencial en cualquier lugar, pues es un servicio si se quiere obligado para las personas, que más tarde o más temprano puede necesitar del mismo, lo que si se debe considerar es si están dadas las condiciones para abrir una sucursal y expandirse en cualquier lugar.

4. ¿La inversión en requerimientos operativos y tecnológicos sería costosa para la empresa que quiera abrir una sucursal?

Coinciden los empresarios en que en los actuales momentos toda inversión para ampliar el negocio es cuantiosa, por lo que se debe considerar el uso de créditos para poder desarrollarse y expandirse, porque con toda la situación derivada del Covid, es difícil plantearse abrir una sucursal sin ayuda. La inversión es costosa.

5. ¿Considera que la funeraria bajo su responsabilidad tiene una estructura organizacional adecuada al funcionamiento operativo de la misma?

Los empresarios coinciden en que sus negocios cuentan con una estructura organizacional adecuada al servicio que presta, asimismo opinan que existe flexibilidad en la misma si requiere ser mejorada.

6. ¿Cree que sería factible financieramente la apertura de una sucursal de servicios funerarios en la parroquia Tarifa? Explique

Los entrevistados opinan que todo negocio tiene riesgos financieros y que para poder abrir una sucursal en Tarifa o en cualquier otro lugar, es necesario primero realizar un estudio adecuado del mercado y determinar si existen riesgos financieros

o de cualquier otro tipo que impiden el crecimiento de la empresa. Por lo tanto, consideran que, si se demuestra que el negocio es factible, entonces vale la pena analizar la oferta que pueda presentarse para crecer un poco más y mejorar el servicio que hasta ahora se ha prestado.

#### **4.2. Estudio del mercado**

En los actuales momentos, la parroquia Tarifa del cantón Samborondón, no cuenta con empresas de servicios funerarios, que presten este tipo de servicio a la comunidad, por lo que cuando ocurre un fallecimiento deben trasladarse hasta Samborondón, donde se encuentran las oficinas de dos empresas de servicios exequiales, lo que indica que las opciones para el trato de un fallecido son reducidas y en muchos casos costosas. Es por esto que el mercado meta al que se orienta el servicio son los 30.672 usuarios que demanden el mismo y estén ubicados en la parroquia Tarifa del cantón Samborondón y demás parroquias rurales que se encuentren aledañas a la misma, ya que se busca satisfacer las demandas existentes en el sector, pues en esta parroquia no existe una empresa de servicio funerario que brinde el servicio a estos habitantes rurales.

##### **4.2.1. Microambiente.**

Se enfoca principalmente en las fuerzas o factores de influencias más próximas o cercanas a la empresa, en general se trata de organizaciones que tienen algún tipo de relación con la empresa. Entre los componentes que integran el microambiente están: la competencia, los proveedores, los sustitutos, los clientes, los intermediarios y los públicos (Taipe & Pazmiño, 2015). A continuación se presenta las fuerzas o factores que influyen en el desarrollo de las actividades de la empresa:

#### **4.2.1.1. La Competencia.**

Mediante el análisis de la competencia, se logró determinar que en la parroquia Tarifa no existe ninguna empresa que preste servicios funerarios. La competencia que existe se encuentra en Samborondón, a unos 5 km aproximadamente de esta parroquia. En ella existen sólo dos empresas de Servicios Funerarios que son la Funeraria San Marcos y la Funeraria Cardozo, que es la empresa que busca ampliar su negocio con una sucursal en la parroquia Tarifa, las que a su vez se constituirían en la principal competencia para la Sucursal “Funeraria Cardozo” de Tarifa.

El análisis de la competencia determinó que las funerarias ubicadas en Samborondón prestan sus servicios a la población mediante la venta de ataúdes, cofres mortuorios, capilla ardiente, servicio de coche fúnebre, cafetería, trámite de diligencias legales de defunción, lo que ofrecen por separado. La Funeraria Cardozo, ofrece a su vez dos paquetes denominados Opción Económica y Opción Exclusiva, los cuales tienen un valor de \$285 y \$800 respectivamente.

Por tal motivo los precios de estas empresas son mayores comparados con los servicios que se pretenden ofertar en la Sucursal “Funeraria Cardozo” de Tarifa, ya que la misma ofrecerá a los habitantes servicios en cuatro paquetes básicos, adaptados a diferentes posibilidades económicas, con calidad y en los cuales se incluyen los servicios que ya brinda la competencia más otros servicios adicionales.

Es por esta razón que, al analizar la competencia, se considera que la misma representa una oportunidad para la nueva sucursal ya que la misma obliga a mejorar la oferta de servicios y proporcionar otros nuevos, además de mejorar los mismos continuamente, todo esto con el fin de facilitar tanto los trámites legales para la

inhumación de los difuntos, como la satisfacción de los requerimientos de los clientes en momentos tan difíciles y dolorosos.

#### **4.2.1.2. Los clientes.**

Los clientes de la Sucursal de la “Funeraria Cardozo” serán los habitantes de la parroquia rural Tarifa y de otras parroquias rurales adyacentes a la misma. El segmento al cual está dirigida la empresa son todos los habitantes del sector, pero particularmente a la población económicamente activa que puede asumir la responsabilidad de cancelación del servicio ante el fallecimiento de un familiar.

El servicio que se desea ofrecer a los habitantes de la parroquia Tarifa, se realizará de forma oportuna, con seriedad y responsabilidad, además de los paquetes ofertados, se podrá optar por compras individuales de acuerdo a la realidad económica de cada solicitante, por lo que se podrán adquirir de manera detallada:

- Caja Mortuoria (Adultos y niños)
- Coche fúnebre
- Parte mortuoria en prensa
- Capilla ardiente, cornisa
- Porta cofre, reclinatorio
- 2 cargadores
- Buque de flores
- Servicios de cafetería
- Cruz
- Gestión del certificado de defunción, entre otros

En cuanto a la plaza o lugar en donde se ubicará la Sucursal de la Funeraria Cardozo, en este caso será en la parroquia rural Tarifa, ubicada en el cantón, provincia del Guayas en Ecuador, considerando para su implementación un lugar estratégico el cual será de fácil acceso para las personas que acudan a la empresa a solicitar el servicio. Se deberá considerar que el lugar donde se ubicará la “Sucursal Funeraria Cardozo” cuente con los recursos necesarios para la oferta y prestación de dicho servicio hacia la comunidad.

Seguidamente se presenta un análisis FODA derivado del diagnóstico preliminar realizado mediante las encuestas y entrevistas aplicadas, el mismo permitió reconocer las fortalezas y debilidades del proyecto, mismos que van a permitir a la empresa mejorar el pensamiento estratégico, así como sanear y sintetizar los principales puntos y oportunidades del proyecto u organización.

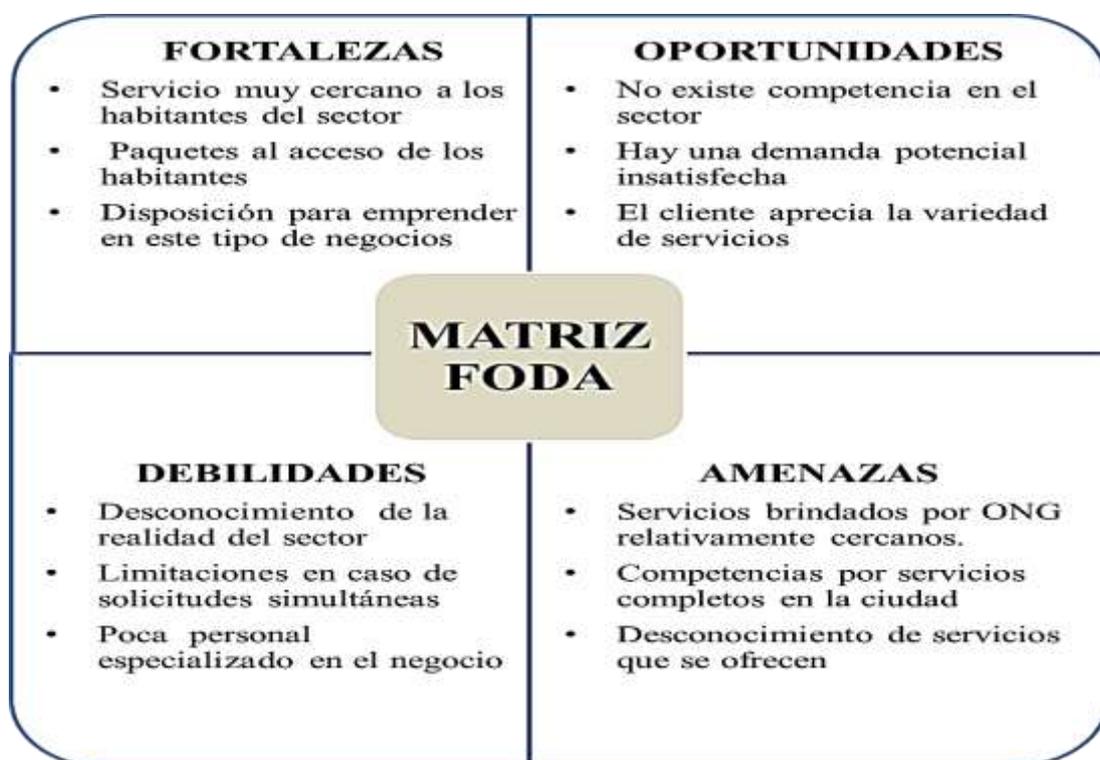


Figura 16. Análisis FODA

#### **4.2.2. Macro ambiente**

Una empresa siempre busca proyectar o generar servicios o productos para sus clientes y la comunidad en general, para lo cual debe identificar y definir oportunidades y amenazas que se originan en el macroambiente el mismo que está conformado por fuerzas o factores externas que actúan o influyen sobre todo el microambiente. Estas fuerzas son:

##### **4.2.2.1. Factores Políticos.**

- En la Constitución de la República del Ecuador, se hace referencia en el artículo 339 a la promoción por parte del Estado de inversiones nacionales y extranjeras, y establecerá regulaciones específicas de acuerdo a sus tipos, otorgando prioridad a la inversión nacional. Las inversiones se orientarán con criterios de diversificación productiva, innovación tecnológica, y generación de equilibrios regionales y sectoriales (p. 158).

- De igual forma en la sección Octava del sistema financiero en el artículo 310 indica que: El sector financiero público tendrá como finalidad la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros. El crédito que otorgue se orientará de manera preferente a incrementar la productividad y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del Plan de Desarrollo y de los grupos menos favorecidos, a fin de impulsar su inclusión activa en la economía (p.147).

- Los artículos anteriores destacan las regulaciones establecidas en la Constitución nacional y que de alguna manera establecen las políticas de

funcionamiento para las empresas de la rama, las cuales se soportan en otros instrumentos legales destacados más adelante.

#### **4.2.2.2. Factores Económicos**

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

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

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

- Será una fuente de trabajo, debido a que por ser la única empresa que brindara este tipo de servicios funerario en la parroquia rural Tarifa por lo que la demanda de los servicios será alta.

#### **4.2.2.3. Factores Sociales**

- Es necesario tomar muy en cuenta la opinión y sugerencias de ellos, pues de esa manera se sabrá las preferencias y expectativas y hacia qué aspectos regirse con el objetivo de servir mejor y brindar servicios de calidad.

- La construcción de la empresa de Servicios Funerarios, fomentara fuentes de trabajo para las familias locales ya que se utilizara mano de obra calificada y no

calificada local y se creara puestos de trabajo en la empresa que solventen las necesidades de aquellos que demanden de un salario para su subsistencia.

- La creación de una Sucursal “Funeraria Cardozo” en Tarifa, ayudara al progreso de la comunidad ya que la población se vinculara directa e indirectamente con el proyecto, a través de la creación de fuentes de trabajo.

#### **4.2.2.4. Factores Tecnológicos.**

- La empresa busca innovación en el equipamiento, pues en la actualidad existen funerarias que prestan servicios inadecuados, obsoletos y se dedican a una sola actividad no son servicios completos y actuales, como lo demanda la población, que está en constante crecimiento y requiere de mayor tecnología.

- El mobiliario será de punta, ya que se pretende prestar un servicio de calidad como se merece la ciudadanía.

- Se busca crecimiento y desarrollo de la empresa pues se pretende crear una sucursal en la cual se ofrezca a la clientela servicio funerario completo, ya que es más fácil seguir invirtiendo en nueva tecnología como por ejemplo la cremación, carrosa entre otros.

#### **4.2.3. La Oferta**

En la parroquia de Tarifa, no existe una empresa dedicada a la prestación de Servicios Funerarios, por lo que los habitantes deben trasladarse aproximadamente 5 kilómetros hasta Samborondón, que es donde existen dos funerarias que les ofrece los servicios mortuorios, para ser trasladados a los hogares de quienes solicitan el servicio, muchas veces con costos más elevados por la distancia. Esto hace que los habitantes del sector, no se sientan ni cómodos ni satisfechos con este tipo de

servicio, pues no alcanza a cubrir las necesidades de los mismos, lo que permite concluir que la oferta del servicio en esta parroquia es cero, pues no existe dicho servicio en este sector.

#### **4.2.4. La demanda**

La demanda del mercado con respecto a los servicios funerarios, se determinó considerando los datos del INEC (2013), pues este tipo de servicios, se encuentra asociado al crecimiento poblacional. En tal sentido, según el Censo 2010, los habitantes de la parroquia Tarifa son 30.672 a razón de 4 miembros por familia, para un resultado preliminar de 7,668 familias en el año 2010. Ahora bien, se realiza un análisis de la demanda tomando como referencia los resultados de las 369 encuestas aplicadas a las familias de la parroquia Tarifa, con las cuales se pretende determinar lo siguiente:

**Demanda Potencial:** la demanda o los demandantes potenciales van a permitir conocer tanto la población como el número de posibles usuarios del servicio. Para determinar la misma, se consideró las familias de la parroquia Tarifa correspondiente al año base que son 7,668 familias, desde ahí se proyecta para los 10 años consecutivos del proyecto con la tasa de crecimiento anual que es de 2,7%.

Tabla 20.

*Demanda potencial*

<b>Años</b>	<b>Población total (2,7%)</b>	<b>Familias</b>
<b>0</b>	40,032	10,008
<b>1</b>	41,112	10,278
<b>2</b>	42,224	10,556
<b>3</b>	43,364	10,841
<b>4</b>	44,536	11,134
<b>5</b>	45,740	11,435
<b>6</b>	46,976	11,744
<b>7</b>	48,244	12,061
<b>8</b>	49,548	12,387
<b>9</b>	50,884	12,721
<b>10</b>	52,256	13,064

*Fuente:* INEC (2010)

**Demanda real:** para calcular la demanda real o los demandantes reales, se toma como punto de partida los datos de la Tabla 20, es decir, las proyecciones de los demandantes potenciales de cada año y se multiplica por la tasa de mortalidad del cantón que en este caso es 5,46 según censo 2010 (INEC, 2013)

Tabla 21.

*Demanda real*

<b>Años</b>	<b>Familias</b>	<b>Demandantes reales (5,46%)</b>
<b>0</b>	10,008	546
<b>1</b>	10,278	561
<b>2</b>	10,556	576
<b>3</b>	10,841	592
<b>4</b>	11,134	608
<b>5</b>	11,435	624
<b>6</b>	11,744	641
<b>7</b>	12,061	659
<b>8</b>	12,387	676
<b>9</b>	12,721	695
<b>10</b>	13,064	713

*Fuente:* INEC (2010)

**Demanda efectiva:** la demanda efectiva, constituye los clientes de la nueva sucursal de la empresa. Para determinar la misma, se toma en cuenta el 95% de los resultados obtenidos en la pregunta 5 de la encuesta multiplicada por la demanda real, lo que genera la demanda efectiva proyectada, la cual se aprecia a continuación.

Tabla 22.

*Demanda efectiva proyectada*

<b>Años</b>	<b>Demandantes reales</b>	<b>Demanda efectiva (95%)</b>
<b>0</b>	546	519
<b>1</b>	561	533
<b>2</b>	576	547
<b>3</b>	592	562
<b>4</b>	608	578
<b>5</b>	624	593
<b>6</b>	641	609
<b>7</b>	659	626
<b>8</b>	676	642
<b>9</b>	695	660
<b>10</b>	713	677

*Fuente:* INEC (2010), Resultados de Encuestas

#### **4.2.5. Demanda Insatisfecha**

Para determinar el balance entre la oferta y la demanda, se debe calcular la demanda insatisfecha que existe, lo cual resulta de restar los totales de la demanda total proyectada con los de la oferta total, para conocer la magnitud del mercado y el espacio donde se tiene que participar con la nueva sucursal que se aspira abrir en la parroquia Tarifa. Para esto, se debe considerar que como la oferta no satisface a la demanda, se utiliza el valor 0.

Tabla 23.

*Demanda Insatisfecha*

<i>Años</i>	<i>Demanda Proyectada</i>	<i>Oferta</i>	<i>Demanda Insatisfecha</i>
0	519	0	519
1	533	0	533
2	547	0	547
3	562	0	562
4	578	0	578
5	593	0	593
6	609	0	609
7	626	0	626
8	642	0	642
9	660	0	660
10	677	0	677

*Fuente:* Resultados tabla 16

#### 4.2.6. El producto

El producto o servicio, es utilizado a nivel mundial y se oferta de diferentes maneras. En el Ecuador, se encuentra en la región cercana al estudio la Funeraria San Marcos y la Funeraria Cardozo, las cuales brindan sus servicios funerarios a las parroquias rurales adyacentes al cantón, como es el caso de la Parroquia Tarifa, que es el sitio en el cual la Empresa “Funeraria Cardozo” ha considerado expandir su mercado para ofrecer sus servicios completos para brindar atención y un adecuado homenaje póstumo de respeto hacia nuestros seres queridos.

En tal sentido, la “Funeraria Cardozo” en la Sucursal de Tarifa, ofrecerá a los pobladores un servicio funerario de calidad que incluya desde el ataúd, la velación, el entierro y de ser requerido, los trámites legales necesarios para la inhumación del cadáver, según los requerimientos que sean solicitados en la adquisición del servicio, mediante una atención personalizada.

De igual forma, se ofrecerán planes de pago que incluyan montos plazos accesibles, acordes con la zona, los cuales podrán ser adquiridos de forma anticipada, de manera que no representen un gasto fuerte ante la pérdida de nuestros seres queridos. Para determinar los paquetes a ofertar, se consideró las costumbres y creencias religiosas de la zona, con la finalidad de ofrecer servicios que cumplan con las expectativas de los interesados.

Para esto se organizarán en 4 paquetes a ofertar, dependiendo de las posibilidades de cada interesado, pero siempre guardando la calidad y garantía de la empresa matriz. La idea es proporcionar a los familiares un portafolio de servicios, que les permita despedir a sus seres queridos el día de su muerte, de la manera como lo estimen conveniente. Los paquetes se describen a continuación:

**Paquete Básico #1:** tendrá un costo estimado de \$280.00 y el mismo incluye:

- Caja Mortuoria
- Coche fúnebre
- Parte mortuoria en prensa
- Capilla ardiente, cornisa
- Porta cofre, reclinatorio

**Paquete Básico #2:** tendrá un costo estimado de \$320.00 y el mismo incluye:

- Caja Mortuoria
- Coche fúnebre
- 2 cargadores
- Buque de flores
- Parte mortuoria en prensa

- Capilla ardiente, cornisa
- Porta cofre, reclinatorio

**Paquete Básico # 3:** tendrá un costo estimado de \$500.00 y el mismo incluye:

- Caja Mortuoria
- Coche fúnebre
- 2 cargadores
- Cruz
- Buque de flores
- Parte mortuoria en prensa
- Capilla ardiente, cornisa
- Porta cofre, reclinatorio

**Paquete Básico #4:** tendrá un costo estimado de \$700.00 y el mismo incluye:

- Caja Mortuoria
- Coche fúnebre
- 4 cargadores
- Cruz
- Buque de flores
- Parte mortuoria en prensa
- Capilla ardiente, cornisa
- Porta cofre, reclinatorio

También se contará con ataúdes pequeños, en dos modelos, tanto para bebés como para niños de hasta 12 años aproximadamente. De igual forma se contará con un servicio especial para situaciones de emergencia, como pueden ser la adquisición

de cajas mortuorias de mayor tamaño o el traslado de los cuerpos a mayores distancias o a un cementerio diferente al propuesto.

La sucursal de la “Funeraria Cardozo” estará ubicada en la Parroquia Tarifa, Calle Av. Samborondón y 10 de Agosto en el Cantón Samborondón, en una construcción que contará con aproximadamente 38 m2 de construcción distribuidos en las siguientes áreas: (a) Sala de velación de 17,25 m2 ; (b) Oficina de gerencia de 2,03 m2; (c) Oficina para contabilidad de 1,8 m2; (d) Sala de Baño para el personal administrativo de 1,44 m2; (e) Oficina para bodega de 2,8 m2; (f) Sala de espera para clientes de 6,27 m2; (g) Área de ventas y exhibición; (h) Sala de descanso de 2,8 m2; (i) Sala de baño personal de servicio de 1,76 m2; y (j) Cafetería de 2,10 m2 y un estacionamiento (Ver Apéndice C).

#### **4.2.7. El Precio**

El precio a considerar para los servicios funerarios, se basa fundamentalmente en la competencia y particularmente en la disposición de los posibles clientes consultados en la pregunta 7 de la encuesta aplicada. Además, reflejará los costos y un porcentaje de rentabilidad de la empresa. Para la determinación del precio de venta se utilizará la siguiente formula:

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo del mercado} + \text{Precio que está dispuesto a pagar}}{2} + \text{Margen de utilidad}$$

Tabla 24.

*Precio paquetes básicos sugeridos*

<b>Paquete Básico #1</b>	<b>Paquete Básico #2</b>
<b>Incluye:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caja Mortuoria</li> <li>• Coche fúnebre</li> <li>• Parte mortuoria en prensa</li> <li>• Capilla ardiente, cornisa</li> <li>• Porta cofre, reclinatorio</li> </ul>	<b>Incluye:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caja Mortuoria</li> <li>• Coche fúnebre</li> <li>• 2 cargadores</li> <li>• Buque de flores</li> <li>• Parte mortuoria en prensa</li> <li>• Capilla ardiente, cornisa</li> <li>• Porta cofre, reclinatorio</li> </ul>
<b>Costo Propuesto: \$190.00</b>	<b>Costo Propuesto: \$200.00</b>
<b>Paquete Básico #3</b>	<b>Paquete Básico #4</b>
<b>Incluye:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caja Mortuoria</li> <li>• Coche fúnebre</li> <li>• 2 cargadores</li> <li>• Cruz</li> <li>• Buque de flores</li> <li>• Parte mortuoria en prensa</li> <li>• Capilla ardiente, cornisa</li> <li>• Porta cofre, reclinatorio</li> </ul>	<b>Incluye:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caja Mortuoria</li> <li>• Coche fúnebre</li> <li>• 4 cargadores</li> <li>• Cruz</li> <li>• Buque de flores</li> <li>• Parte mortuoria en prensa</li> <li>• Capilla ardiente, cornisa</li> <li>• Porta cofre, reclinatorio</li> </ul>
<b>Costo Propuesto: \$ 300.00</b>	<b>Costo Propuesto: \$450.00</b>

Determinación del precio de venta mediante la aplicación de la fórmula planteada

**Precio del Paquete Básico #1**

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo del mercado} + \text{Precio que está dispuesto a pagar}}{2} + \text{Margen de utilidad}$$

$$\text{Precio} = \frac{230.00 + 190.00}{2} + 35\%$$

$$\text{Precio} = 210.00 + 70.00$$

$$\text{Precio} = 280.00$$

**Precio del Paquete Básico #2**

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo del mercado} + \text{Precio que está dispuesto a pagar}}{2} + \text{Margen de utilidad}$$

$$\text{Precio} = \frac{280.00 + 200.00}{2} + 35\%$$

$$\text{Precio} = 240.00 + 80.00$$

$$\text{Precio} = 320.00$$

**Precio del Paquete Básico #3**

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo del mercado} + \text{Precio que está dispuesto a pagar}}{2} + \text{Margen de utilidad}$$

$$\text{Precio} = \frac{400.00 + 380.00}{2} + 35\%$$

$$\text{Precio} = 390.00 + 110$$

$$\text{Precio} = 500.00$$

**Precio del Paquete Básico #4**

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo del mercado} + \text{Precio que está dispuesto a pagar}}{2} + \text{Margen de utilidad}$$

$$\text{Precio} = \frac{600.00 + 450.00}{2} + 35\%$$

$$\text{Precio} = 525.00 + 175.00$$

$$\text{Precio} = 700.00$$

Tabla 25.

*Resumen determinación de precios*

<b>Paquete</b>	<b>Precio establecido</b>
Paquete Básico #1	280.00
Paquete Básico #2	320.00
Paquete Básico #3	500.00
Paquete Básico #4	700.00

#### **4.2.8. Comercialización**

En las estrategias de comercialización, es importante considerar que es un servicio de distribución directa al cliente que contrata, lo que no amerita intermediarios para ofrecer su servicio. Sin embargo, sería conveniente aplicar algunas estrategias para la comercialización del servicio, al menos durante los primeros seis meses, mediante la realización de campañas publicitarias, para que las personas conozcan con exactitud la existencia de la nueva empresa en la parroquia, dicha campaña incluirá lo siguiente:

- Prestación de un servicio de calidad rápido, eficiente y oportuno.
- Realizar cuñas publicitarias de radio, prensa escrita, repartir volantes y trípticos y utilizar las redes sociales mediante la publicación de flyers.
- Afianzar la publicidad mediante visitas en los hogares para brindar información sobre los servicios que se ofertan.

#### **4.2.9. Promoción**

Para que las familias de la Parroquia Tarifa en el Cantón Samborondón lleguen a conocer el servicio ofrecido se utilizarán los medios de comunicación preferidos por los clientes los cuales son la radio y los trípticos. Para esto, al iniciar las operaciones se establecerán promociones y ofertas como:

- Descuento en precio de los productos, calculados a razón de un 10% menos del costo del valor del paquete seleccionado;
- Servicios incluidos en opciones económicas;
- Opciones de productos y servicios dependiendo de la capacidad de pago del cliente y sus necesidades;

- Crédito directo y financiamiento con tarjetas de crédito;
- Alianzas estratégicas con empresas, municipios, microempresas en el cantón Samborondón; Publicidad tradicional en medios de comunicación masiva como radio, diarios locales, televisión local y localización de la empresa en páginas amarillas.

### **4.3. Estudio Técnico**

Este estudio permite determinar la localización óptima, así como el tamaño, equipos, instalaciones y la organización necesaria para el funcionamiento del proyecto, además de contribuir a determinar la inversión que se necesita para la realización del mismo.

#### **4.3.1. Dimensión y características**

El área total de la funeraria será de 40.07 m<sup>2</sup> los cuales estarán divididos de la siguiente forma:

- 1 sala de velación de 17,25 m<sup>2</sup>
- 1 oficina para el gerente de 2,03 m<sup>2</sup>
- 1 oficina para el contador de 1,8 m<sup>2</sup>
- 1 oficina para ventas de 1,82 m<sup>2</sup>
- 1 baño para el personal administrativo hombres y mujeres de 1,44 m<sup>2</sup>
- 1 oficina para bodega de 2,8 m<sup>2</sup>
- 1 sala de espera para clientes de 6,27 m<sup>2</sup>
- 1 sala de descanso de 2,8 m<sup>2</sup>
- 1 baño para personal de servicio hombres y mujeres de 1,76 m<sup>2</sup>
- Cafetería de 2,10 m<sup>2</sup>

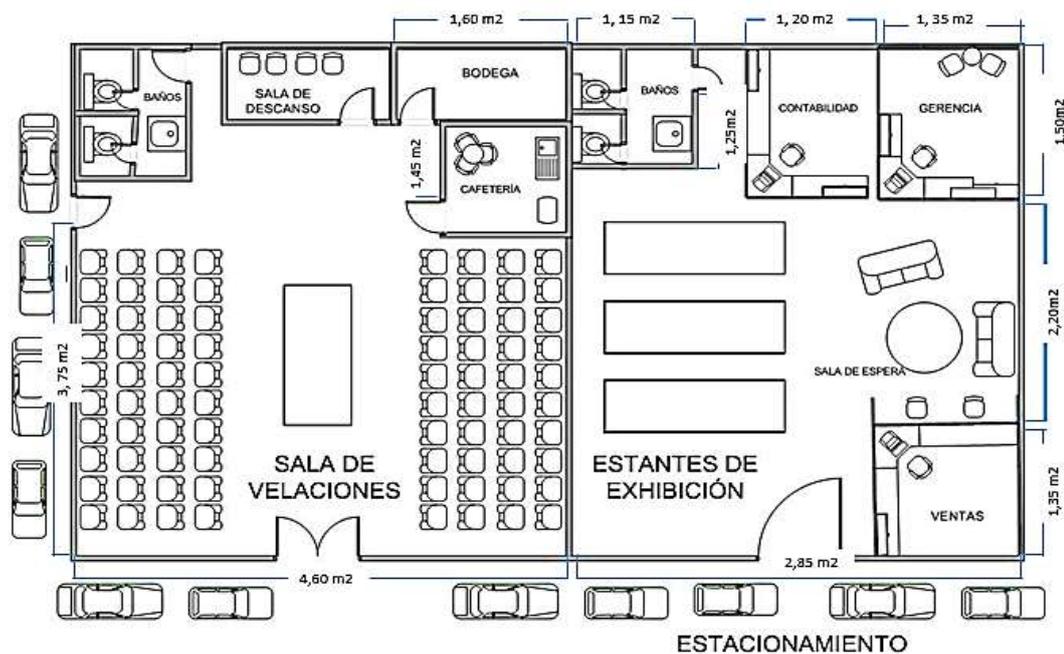


Figura 17. Distribución de planta

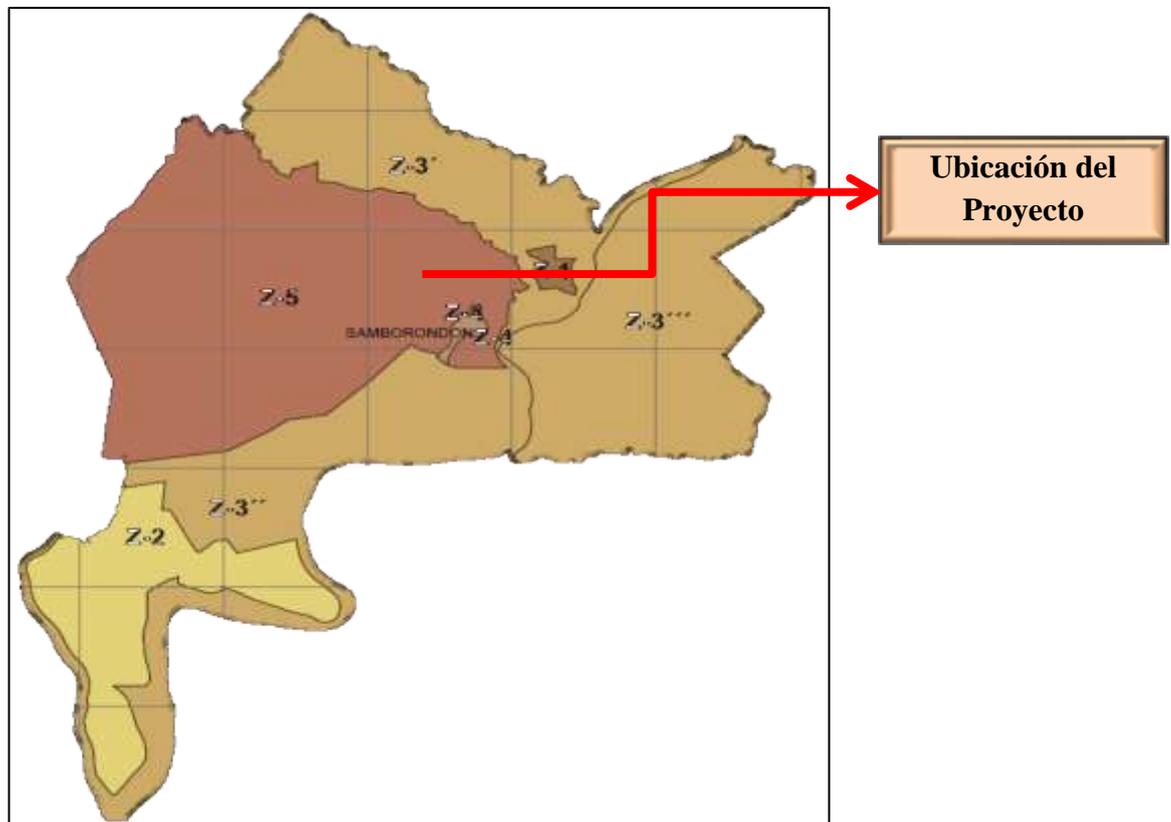
#### 4.3.2. Localización del proyecto

La empresa “Sucursal Funeraria Cardozo”, estará ubicada en calle Av. Samborondón y 10 de agosto, Parroquia Tarifa en el Cantón Samborondón, ya que se ha considerado un lugar apto para la construcción, ya que cuenta con las condiciones necesarias para la ejecución adecuada de este proyecto. En el análisis de la macro localización de la empresa “Sucursal Funeraria Cardozo”, se consideran los siguientes aspectos:

- Provincia: Guayas
- Cantón: Samborondón
- Parroquia: Tarifa

El cantón Samborondón, denominado oficialmente como Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Samborondón, está dentro de la región Litoral o Costa, situado en la Provincia del Guayas, perteneciente a la Zona 8, considerado

como un solo circuito y dividido en dos circuitos para la planificación a Nivel Nacional.



*Figura 18. Macrolocalización. Fuente: GAD Municipal Samborondón*

Para la microlocalización del proyecto, se tomarán en cuenta aspectos específicos que contribuirá a determinar el lugar de ubicación. Es por esto que la ubicación de la “Sucursal Funeraria Cardozo” debe ser la que más convenga al cliente, en la Cantón Samborondón Parroquia Tarifa, calle Av. Samborondón y 10 de Agosto, principal centro, con la cual determinamos que la localización óptima debe ser en este sector central de la ciudad.

El lugar donde se ejecutará la empresa dispone de infraestructura básica como: alcantarillado, agua potable, luz eléctrica, Teléfono y Transporte público, facilitando

de esta manera el acceso y la prestación del servicio en forma oportuna. En cuanto al acceso y vías de penetración hacia la empresa, estas se encuentran en buenas condiciones, facilitando la movilización de los clientes tomando en cuenta el transporte existente.

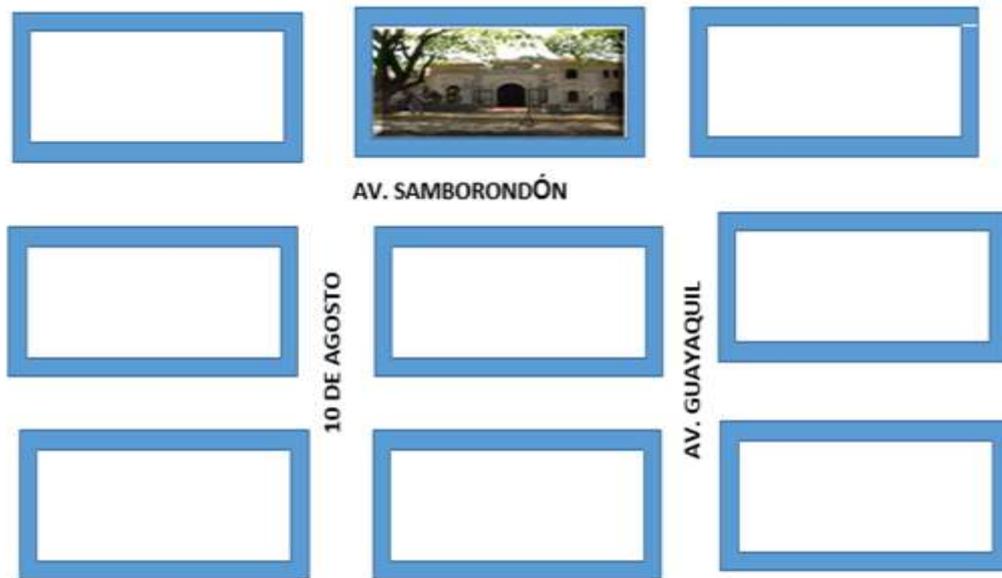


Figura 19. Microlocalización

#### 4.3.2.1. Tamaño del proyecto

La definición del tamaño del proyecto es muy importante, ya que esto va a permitir determinar la capacidad de prestación del servicio. En este sentido, la capacidad instalada vendrá dada por una sala de velación de 17,25 m<sup>2</sup> con capacidad para 80 personas. La misma estará en capacidad de atender una velación diaria.

#### 4.3.2.2. Factores determinantes

Dentro de los factores considerados determinantes para alcanzar el proyecto se encuentran:

- **Mercado:** de acuerdo con el análisis realizado en el estudio del mercado, existe la necesidad de implementar esta empresa sucursal, pues el servicio funerario en el cantón es deficiente, además se requiere la existencia de una empresa funeraria que brinde servicios de manera integral, eficiente y con calidad en el servicio, ya que en la parroquia no existe una empresa funerarias que ofrezca el servicio de ninguna manera y ofertar el servicio de la manera que se tiene previsto, es una oportunidad de mercado indiscutible.
- **Disponibilidad de recursos financieros:** la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto es de unos \$81,504.44, de los cuales se cuenta con un capital propio del 35% que corresponde al valor total de \$28,526.55, como capital externo el 65% que representa un valor de \$52,977.89, los cuales se financiarán mediante crédito solicitado a través del Banco Pichincha.
- **Disponibilidad de Insumos:** los insumos, materiales y necesidades deberán identificarse y medirse lo más preciso posible, con la finalidad de determinar el costo final del servicio. Igualmente, la empresa debe considerar abastecerse de materias primas e insumos en cantidad suficiente para épocas de escasez, a fin de poder cubrir las necesidades del proyecto con calidad óptima.
- **Optimización del proyecto:** se considera que la capacidad física de la “Sucursal Funerarias Cardozo” se propone cubrir por lo menos el 80% de la demanda existente en el mercado, para lo cual la empresa estará en capacidad de atender 365 velaciones; es decir, una velación diaria, lo que equivaldría a 365 velaciones al año, considerando que no existe otras funerarias en la parroquia, como se aprecia en la Tabla que se muestra a continuación.

Tabla 26.

*Capacidad instalada*

<b>N° de Usuarios por año</b>
365
<b>N° de Velaciones estimadas</b>
365

La empresa tiene como visión incrementar la cantidad de usuarios disponibles por año para la prestación del servicio y de esta manera tratar de satisfacer las necesidades y demandas de la población, con el fin de cubrir por lo menos el 80% de la demanda insatisfecha existente.

**4.3.2.3. Prestación del servicio**

Incluye los pasos a seguir para poder brindar un servicio de calidad, eficiente y eficaz a los clientes, adaptándose a las exigencias para poder brindar satisfacción a los usuarios. Para esto se presenta un flujograma que muestra el proceso a seguir (Ver Apéndice C)

**4.3.3. Tecnología del proceso productivo**

Para lograr ofrecer un servicio de calidad es necesario contar con equipos de alta tecnología que aseguren la prestación de un servicio eficiente y eficaz, enmarcados en los estándares de calidad establecidos en el mercado, para que permitan abrir caminos en otros sectores del mercado, permitiendo captar y fidelizar los clientes. También se debe establecer tecnología de punto en otras áreas como la administrativa y las ventas, que son fundamentales para el desarrollo de la empresa, ya que agilizan los procesos dentro de las mismas. Para esto es necesario contar con

un adecuado sistema contable, preferiblemente digitalizado que permita la fluidez en las operaciones, así como los equipos tecnológicos que el uso del mismo demanda.

#### 4.3.4. Ingeniería del proyecto

En la ingeniería del proyecto se muestran los aspectos referidos a la infraestructura, cuyo diseño se presenta acorde a las necesidades de cada área:

Tabla 27.

##### *Instalaciones*

<b>Área Funeraria</b>	<b>Área Administrativa</b>
Sala de Velación	Gerencia
Sala de Descanso	Contabilidad
Cafetería	Sala de espera
Baños	Ventas
Bodega	Baños
Tanatopraxia	Sala de Exhibición

#### 4.3.5. Maquinarias y equipos

- Con respecto al equipamiento se requieren básicamente los siguientes materiales
- INSUMOS DIRECTOS
- Féretro
- Capilla Ardiente
- Sala de Velación
- Autocarroza
- Arreglos Florales
- Libro de Condolencias
- Cafetería

- EQUIPOS DE COMPUTACIÓN
- Computadora
- Impresora
- Teléfono
- MUEBLES Y ENSERES
- Sillas
- Escritorio
- Archivadores
- ÚTILES DE OFICINA
- Resmas
- Esferos
- Clips
- Tinta de impresora
- Carpeta
- ÚTILES DE ASEO
- Escoba
- Trapeador/Desinfectante/Papel Higiénico/Jabón

#### **4.4. Estudio Administrativo**

##### **4.4.1. Propuesta Organizativa**

Sera una empresa cuya finalidad es brindar servicios exequiales, mediante la oferta de paquetes básicos con el objetivo social de prestar un servicio de calidad que esté enfocado en establecer ideas innovadoras y vanguardista en productos y servicios mortuorios. Se denominará “Sucursal Funeraria Cardozo”

**Objeto social:** prestación de servicios funerarios, suministro de ataúdes o féretros, urnas para restos, para cenizas y cajas de embalaje para cualquier traslado, prestación del servicio de coches fúnebres.

#### **4.4.1.1.Misión**

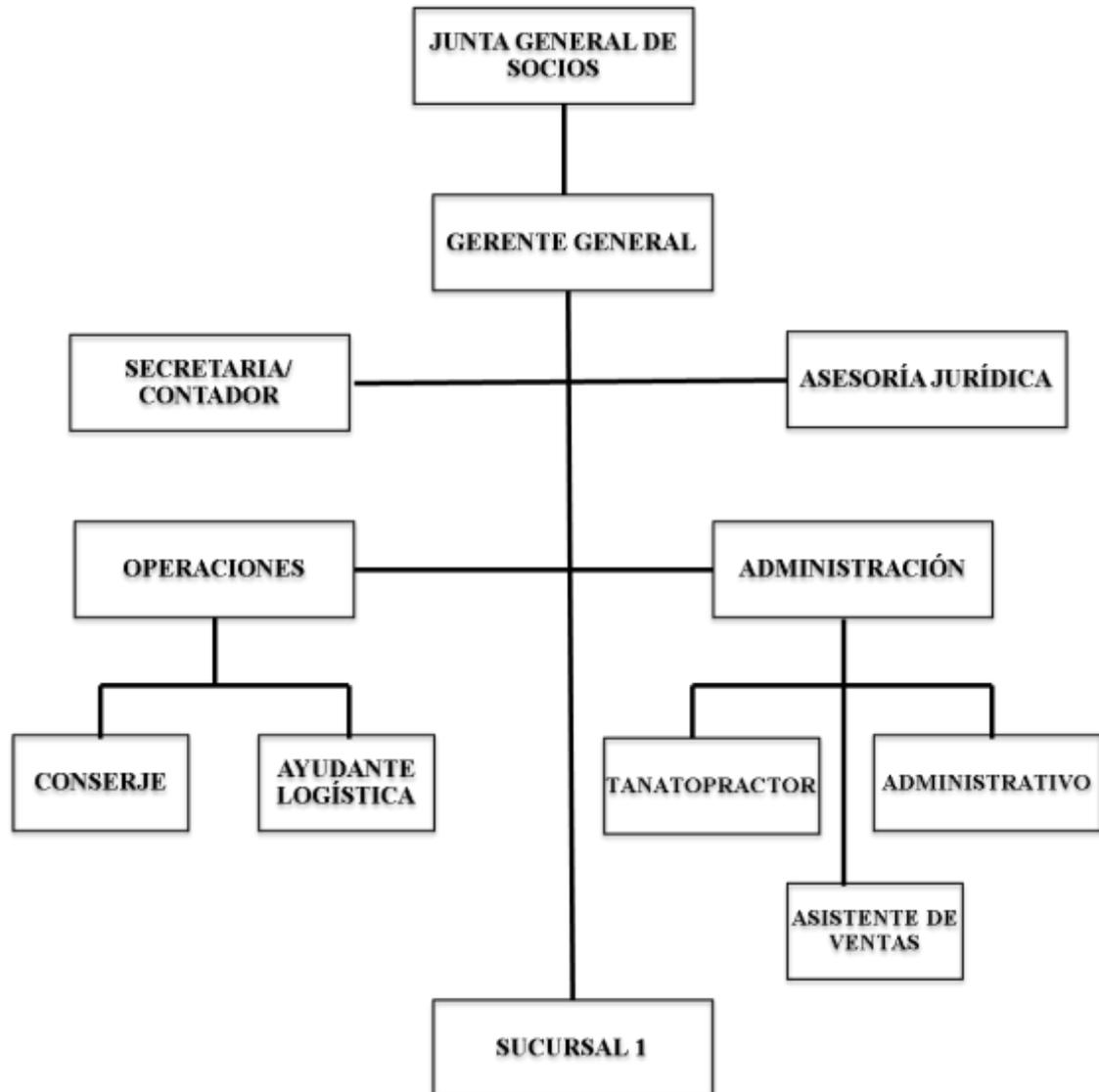
Somos una compañía comprometida en satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes con integridad, dignidad y seriedad. La empresa “Sucursal Funeraria Cardozo” se complace en ofrecer un servicio de alta calidad moral y sensibilidad humana, para brindar consuelo en los momentos más difíciles.

#### **4.4.1.2. Visión**

Ser la primera empresa funeraria de la parroquia Tarifa del cantón Samborondón con liderazgo en la calidad de sus productos y servicios, que aspira satisfacer las demandas de los usuarios que hasta ahora están insatisfechos, brindando servicios de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de las familias que atraviesan por la pérdida de un ser querido en forma eficaz y oportuna.

#### **4.4.2. Organigrama**

Es una representación gráfica formal de la estructura organizacional de una empresa, dónde se muestran las relaciones que guardan entre sí sus componentes.



*Figura 20.* Organigrama matricial de la Empresa.

#### 4.4.3. Funciones del talento humano

**Junta General de Socios:** dentro de sus funciones están:

- Dictar y aprobar políticas, normas y reglamentos
- Toma de decisiones de dirección de la empresa
- Aprobar o rechazar estrategias

**Gerencia:**

- Responsable del correcto funcionamiento de las áreas de la empresa
- Planificar y coordinar los procesos de compra y venta de productos.
- Manejo de pagos y cuentas que se realizan en la empresa.
- Dirigir el cumplimiento de los planes y programas dispuestos.
- Coordinar a las direcciones.
- Negociar precios y condiciones de pago a los proveedores
- Responsable de los trámites legales, permisos de funcionamiento de la funeraria y el crematorio.
- Responsable de la contabilidad de la empresa.
- Facturar a los proveedores.

**Asesoría Jurídica:**

- Asesorar legal y jurídicamente a la empresa

**Secretaria/Contabilidad:**

- Analiza estrategias financieras y coordinar la tarea contable

**Operaciones:**

- Supervisar y coordinar el personal bajo su cargo

**Asistente:**

- Atención a clientes dentro de la sala de velaciones

**Conserje:**

- Mantener el aseo y limpieza de la empresa

**Chofer**

- Realizar mantenimiento del vehículo
- Contribuir al traslado de los fallecidos

**4.5. Estudio Legal**

A continuación se desarrolla el marco legal del estudio, acorde a lo que prescribe la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 267, donde se destaca que, dentro de las competencias de las Juntas Parroquiales, está planificar el desarrollo y ordenamiento del territorio al que representen (Constitución de la República del Ecuador, 2008). Así, el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tarifa, ha reunido iniciativas de las políticas del Estado y la comunidad dentro de un Plan que recoge las necesidades, aspiraciones y propuestas de la población y que busca principalmente la consecución de los objetivos planteados en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2019-2021

Cuando el microempresario decide instalar un negocio en asociación con otras personas, es recomendable constituir una empresa ante la Superintendencia de Compañías. De unas 38.000 compañías registradas, el 56% cumple el perfil de microempresa. El 64% se asienta en las provincias de Guayas y Pichincha, seguidas con el 20% en Azuay, Manabí y Tungurahua y el 15,6% restante en otras provincias (INEC, 2018).

De acuerdo con la Ley de Compañías y el instructivo expedido por la indicada Superintendencia, la constitución de una persona jurídica y su residencia en el país se inicia con la reserva de denominación, la apertura de cuentas de integración, el

otorgamiento de escritura pública por parte de la Notaría y la aprobación en la Superintendencia (Superintendencia de Compañías, 2019)

Continúa con los pasos señalados en el esquema de tiempos y valores hasta concluir, en todos los casos, con la inscripción en el Registro Mercantil. Previo al trámite, hay que identificar qué tipo de compañía va a constituir: una sociedad anónima o una compañía limitada. Para la primera se requiere de un capital de mínimo USD 800 y para la segunda, USD 400 (Superintendencia de Compañías, 2019).

La Compañía de Responsabilidad Limitada requiere mínimo dos socios, pero no debe exceder de 15. Las participaciones no son negociables, pero transferibles con el consentimiento unánime del capital social. El aporte puede ser en numerario o especie. Su plazo duración es indefinido. La ventaja de una compañía limitada es que existe la posibilidad de reunir un mayor capital para la empresa. Su desventaja: la admisión de nuevos socios requiere siempre del consentimiento de los otros.

La compañía anónima requiere dos o más accionistas, sin que exista un máximo de socios. No puede subsistir con menos de dos accionistas, salvo que el mayoritario sea de una entidad del sector público. La ventaja de una sociedad anónima es que se pueden transmitir las acciones mediante su venta. Pero en cambio se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos, ni emancipados ni entre cónyuges, según el Art. 99 de la ley de Compañías (Superintendencia de Compañías, 2019).

Para la constitución de la empresa debemos conseguir los siguientes requisitos según lo estipulado por la Superintendencia de Compañías (2019):

**1.- Certificado de búsqueda Mercantil y solicitud de reserva de nombre o razón social:** Los trámites son efectuados en las oficinas de los registros públicos. Esto consiste en verificar si no existe un nombre igual o similar al de la empresa que se va a constituir.

**2.- Elaboración de la minuta:** este documento señala el tipo de empresa o sociedad, el estatuto que lo rige. Deberá contener: Datos del titular o socios: (a) Nombre; (b) Domicilio; (c) Estado civil; (d) Nacionalidad; (e) Ocupación; (f) RUC.

Si el aporte del capital es en efectivo tendrá que presentar una copia de la minuta para abrir una cuenta en el banco de su preferencia y depositar como mínimo el 25% del capital social. Si es en bienes tendrá que adjuntar a la minuta un informe detallado de enseres y su valor correspondiente.

**3.- Trámite Notarial:** este contiene: (a) Minuta de constitución de la empresa, original y copia simple; (b) Constancia de depósito bancario de apertura de la cuenta corriente a nombre de la empresa que se va a constituir; (c) Copia simple de los documentos de identidad de los otorgantes y cónyuges en caso de ser casados; (d) Pago de los derechos notariales; (e) La escritura pública de constitución, el notario o el titular de la empresa tiene que enviarla a registros públicos para su inscripción.

**4.- Trámites en el SRI:** En caso de empresas con personería jurídica, el representante o apoderado deberá presentar la copia simple de la escritura pública de constitución. Inscrita en los registros públicos y adjuntar los recibos de luz, agua o teléfono del domicilio fiscal (donde está ubicado el negocio). Para inscribirse en el RUC llenará los formularios que corresponda según el tipo de régimen tributario en

el que haya decidido acogerse. Además, tiene que solicitar la autorización de impresión de los comprobantes de pago.

**5.- Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC):** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos.

**6.- Afiliación a la Cámara de Comercio:** Para la afiliación a la Cámara de Comercio se requiere el cumplimiento de los siguientes requisitos:

**COMPAÑÍA:**

- Solicitud para nuevo socio CCG. (requiere Adobe Reader o lector PDF) firmado por quien ejerza la representación legal.
- Copia de cédula del Representante Legal y certificado de votación (claras y legibles).
- Copia del RUC. (Para su obtención puede tramitarlo personalmente en el SRI o en la CCG).
- 1 foto tamaño carnet, del representante legal.
- Copia de la Escritura de constitución de la compañía. El trámite de constitución de la compañía también puede efectuarlo a través de la Cámara de Comercio de Guayaquil.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia de la Razón de Inscripción de constitución de la compañía en el Registro Mercantil (Aplica para compañías constituidas).
- Original y copia del nombramiento del Representante Legal (Aplica para compañías constituidas)

- Formulario Autorización de Débito Bancario firmada por Socio y la firma de quien se constituye como Firma Autorizada.
- Croquis de ubicación física del socio, especificando la dirección de cobro y referencias de la dirección.
- Tabla de Valores de Cuotas por Nueva Membrecía
- Tabla Referencial de Valores por Membrecía y Auspicio de Trámites de Matrícula de Comercio o Constitución de Compañía (Superintendencia de Compañías, 2019)

**PERSONA NATURAL:**

- Solicitud para nuevo socio CCG, firmada debidamente por el socio.
- Copia de Cédula de identidad (claras y legibles).
- 1 foto tamaño carnet.
- Croquis de ubicación física del socio, especificando la dirección de cobro y referencias de la dirección.

**Nota:** En caso de requerir Matrícula de Comercio, puede efectuarlo a través de la Cámara de Comercio de Guayaquil. (Superintendencia de Compañías, 2019)

**7.- Autorización y licencia de funcionamiento Municipal**

En la municipalidad del distrito donde se instalará su negocio tendrá que tramitar la licencia de funcionamiento. Tasa de habilitación o permiso de funcionamiento

- Copia del RUC
- Copia del Nombramiento Representante Legal

- Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal
- Planilla de Luz
- Formulario de declaración para obtener la patente
- Certificado de seguridad del Cuerpo de Bomberos
- Declaraciones del Impuesto a la Renta o las declaraciones del impuesto al valor del ejercicio económico anterior al que va a declarar.

**8.- Permisos del Cuerpo de Bomberos:** Es un documento que da la mencionada entidad del estado una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado el local en el cual básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengas medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente:

- Copia del RUC
- Copia del Nombramiento Representante Legal
- Copia de Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal
- Planilla de Luz
- Pago de tasa o permiso, de acuerdo a la actividad económica
- Factura del extintor (mínimo de 5 libras) que colocará en el establecimiento comercial.

**9.- Certificado de Salud:** Es la realización de exámenes médicos para comprobar la salud de sus empleados. Luego de lo cual se expedirá la certificación respectiva y el permiso para laborar.

**10.- Legalización de libros de planillas:** Una vez inscrita deberá llevar el libro de planilla de remuneraciones al Ministerio de Trabajo o a su dependencia para que

sea legalizada.

### **Trámite de constitución**

La empresa es considerada como Persona Jurídica, debido a que se constituye mediante un contrato debidamente escriturado en una Notaría Pública, aprobada y legalizada mediante resolución de la Superintendencia de Compañías (2019), e inscrita en el Registro Mercantil de acuerdo a lo previsto por la ley.

La empresa "SUCURSAL FUNERARIA CARDOZO CIA. LTDA.", será constituida legalmente como una Compañía Limitada, puesto que existen dos accionistas, Richard Cardozo y Fernando Cardozo quienes tienen diferentes actividades y que prefieren que se limite su responsabilidad solo a lo de la empresa, dejando a un lado los bienes personales.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

### **Conclusiones**

Luego de realizado el estudio de pre factibilidad, se logró concluir con base en los objetivos específicos lo siguiente:

- El estudio de mercado para conocer la demanda de los servicios funerarios en la parroquia Tarifa del Cantón Samborondón, reporta que en la misma no existe una empresa especializada en prestar servicios funerarios a los habitantes de la zona, por lo que se determina que la parroquia Tarifa del Cantón Samborondón es apta para la creación de una “Sucursal Funeraria Cardozo”, ya que no existe una empresa de este tipo en la localidad.
- Se logró aplicar un estudio técnico sobre los requerimientos operativos y tecnológicos que se necesitan para establecer una sucursal de la Funeraria Cardozo en la parroquia Tarifa del cantón Samborondón, concluyéndose que la inversión para obtener los mismos es viable y factible de llevar a cabo, pues arroja niveles de rentabilidad aceptables para desarrollar el proyecto.
- Se logró efectuar el rediseño de la estructura organizacional de la Funeraria Cardozo para la mejora de la eficiencia en la prestación del servicio y atención al cliente, logrando incorporar en el esquema la sucursal con dependencia directa de la gerencia y la junta general de socios.
- Se logró evaluar la factibilidad financiera de la propuesta mediante un estudio que de mercado determinó que existe nivel de aceptación favorable hacia la creación de esta empresa. Además, se pudo establecer el margen de precios y las estrategias de comercialización que pueden aplicarse para mejorar y proyectar el

servicio. Asimismo, mediante un estudio técnico se pudo establecer la ubicación de la empresa en cuanto al lugar, así como las condiciones mínimas operativas para su funcionamiento. La evaluación financiera dio como resultado que existe factibilidad para la realización del proyecto, por cuanto ha emitido resultados muy favorables y alentadores para los inversionistas.

### **Recomendaciones**

- Implementar la propuesta y continuar con el proyecto por cuanto el mismo soluciona una realidad problema que existe en la parroquia y además cuenta con la aceptación de los habitantes del sector, lo que hace del mismo una oferta tentadora.
- Continuar mejorando la propuesta presentada a fin de optimizar la operatividad de la sucursal tanto a nivel tecnológico como práctico con la finalidad de prestar un servicio de calidad a los usuarios.
- Ampliar la estructura organizacional de la empresa, consolidando el personal total que se necesita para un adecuado funcionamiento de la sucursal que garantice el servicio que se presta de manera eficiente.
- Evaluar constantemente el funcionamiento de la sucursal de Funeraria Cardozo en la parroquia Tarifa del cantón Samborondón, para mantener los márgenes de ganancias requeridos para su adecuado funcionamiento y proyectar el servicio a la comunidad a fin de fidelizar la clientela y el adecuado funcionamiento de la misma.

## **Capítulo V**

### **5. Propuesta**

#### **5.1. Título de la propuesta**

Proyecto de prefactibilidad para la creación de una Sucursal de la microempresa “Funeraria Cardozo”, en la parroquia Tarifa, del cantón Samborondón.

#### **5.2. Autores de la propuesta**

Kerly Analía Solís Cardozo

#### **5.3. Empresa auspiciante**

“Funeraria Cardozo”

#### **5.4. Área que cubre la propuesta**

En la calle Av. Samborondón y 10 de agosto, Parroquia Tarifa en el Cantón Samborondón

#### **5.5. Fecha de presentación**

Enero de 2021

#### **5.6. Fecha de terminación**

Mayo de 2021

#### **5.7. Duración del proyecto**

Es un proyecto a largo plazo y dependerá de factores externos como: la economía, política, entre otros, que son circunstancias que no pueden controlarse y que de alguna forma puede influenciar la productividad de la empresa. Asimismo, se considera un factor clave en el proyecto, el comportamiento del mercado el cual podrá afectar la demanda, así como la competencia, los cuales pueden causar

impactos que pueden afectar el funcionamiento de la empresa y de no atenderse, incluso el cierre de sus operaciones comerciales.

### **5.8. Participantes del proyecto**

- Tecnóloga Solís Cardozo Kerly Analía
- Proveedores de equipos, materiales e insumos para las operaciones de la empresa.
- Población de la Parroquia Tarifa, cantón Samborondón
- Trabajadores de la empresa

### **5.9. Objetivo General de la propuesta**

Evaluar el escenario financiero que se presenta para la estimación de la rentabilidad económica del proyecto de prefactibilidad para la creación de una Sucursal de la microempresa “Funeraria Cardozo”, en la parroquia Tarifa, del cantón Samborondón.

### **5.10. Objetivos Específicos**

- Presentar información referente a costos, gastos e inversión requerida en el proyecto de prefactibilidad para la creación de la “Sucursal Funeraria Cardozo” en la parroquia Tarifa, cantón Samborondón.
- Estudiar el comportamiento de los Balances y Estados Financieros a través de los indicadores de liquidez
- Establecer la relación costo-beneficio deseada para cada período operación de la “Sucursal Funeraria Cardozo”

### **5.11. Beneficiarios directos**

- Las 7,668 familias habitantes de la parroquia Tarifa del cantón Samborondón,

### **5.12. Beneficiarios indirectos**

- Las familias de otras parroquias rurales vecinas, pertenecientes al cantón Samborondón.
- Proveedores de los insumos necesarios

### **5.13. Impacto de la propuesta**

La propuesta tendrá impacto social, pues con ella se mejorará la calidad de vida de los ciudadanos, al poder contar en la parroquia con una empresa de servicios exequiales que satisfagan la demanda hasta ahora insatisfecha que existe con respecto a esta temática.

Tendrá igualmente un impacto económico positivo, ya que al ser una empresa nueva en este mercado y sector, pretende captar la mayor cantidad de usuarios, logrando con esto el incremento en los ingresos de la empresa, proporcionando a la misma una mayor rentabilidad. Además, contribuirá a incrementar los ingresos económicos locales, mediante la cancelación de los permisos necesarios para su funcionamiento, así como los impuestos mensual o anual al Estado, que le compete cancelar para su adecuado funcionamiento.

También tendrá un impacto cultural positivo, debido a que al implementarse este proyecto se deberá mantener al personal en constante capacitación acerca de las costumbres y tradiciones de los ritos funerarios de acuerdo a las diferentes creencias religiosas existentes. Además de que será beneficiosa para facilitar a los usuarios el

duelo en el que se encuentran, con la finalidad de obtener la aceptación de la ciudadanía para ello no se pretende cambiar las tradiciones, sino respetar cada una de las creencias religiosas de los usuarios que soliciten el servicio, realizando un funeral de acuerdo a las creencias de los familiares.

#### **5.14. Descripción de la propuesta**

La propuesta se orienta a la realización de un estudio de prefactibilidad que determine la posibilidad de creación de la “Sucursal Funeraria Cardozo” en la parroquia Tarifa, del cantón Samborondón, en respuesta a la demanda insatisfecha con respecto a este tipo de servicios en este sector, pues en el mismo no existe una empresa de servicios funerarios, por lo que los habitantes se ven en la necesidad de alquilar estos servicios cuando ocurre un fallecimiento.

##### **5.14.1. Ingresos**

Para establecer los ingresos del proyecto se procedió a elaborar la proyección de ventas, que es una estimación que se realiza de las ventas durante algún periodo futuro específico y en un plan de marketing previamente establecido por la empresa. En el caso del proyecto que se presenta, se muestran las proyecciones de venta calculadas a razón de un mes y anualmente, como se aprecia en las Tablas 27 y 28 que siguen a continuación.

Tabla 28.

*Proyección de ventas mensual*

<b>PROYECCIÓN DE VENTAS</b>						
DESCRIPCIÓN	Precio	Diario	Semanal	Total Semanal	Mensual	Anual
Paquete Básico 1	\$280.00	\$ 149.33	4	\$1,120.00	\$4,480.00	\$53,760.00
Paquete Básico 2	\$320.00	\$ 128.00	3	\$960.00	\$3,840.00	\$46,080.00
Paquete Básico 3	\$500.00	\$ 66.67	1	\$500.00	\$2,000.00	\$24,000.00
Paquete Básico 4	\$700.00	\$ 93.33	1	\$700.00	\$2,800.00	\$33,600.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$450.00</b>	<b>\$ 437.33</b>	<b>9.00</b>	<b>\$3,280.00</b>	<b>\$13,120.00</b>	<b>\$157,440.00</b>

Tabla 29.

*Proyección de ventas anual*

<b>PROYECCIÓN DE VENTAS ANUAL (Incremento anual 5%)</b>					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquete Básico 1	\$53,760.00	\$56,448.00	\$59,270.40	\$62,233.92	\$65,345.62
Paquete Básico 2	\$46,080.00	\$48,384.00	\$50,803.20	\$53,343.36	\$56,010.53
Paquete Básico 3	\$24,000.00	\$25,200.00	\$26,460.00	\$27,783.00	\$29,172.15
Paquete Básico 4	\$33,600.00	\$35,280.00	\$37,044.00	\$38,896.20	\$40,841.01
<b>TOTAL</b>	<b>\$157,440.00</b>	<b>\$165,312.00</b>	<b>\$173,577.60</b>	<b>\$182,256.48</b>	<b>\$191,369.30</b>

### **5.14.2. Costos de materiales directos**

Se refiere a los costos iniciales relacionados con la empresa. La inversión inicial es parte fundamental del estudio económico-financiero, por eso que debe realizarse con la intención que demostrar que existen suficientes recursos para ejecutar el proyecto y que el mismo a su vez generará un beneficio a sus inversores. Para que un proyecto sea considerado exitoso, se requiere que la inversión sea menor que el rendimiento que se obtiene.

A continuación, se presenta la Tabla 29, en la cual se refleja en detalle la inversión inicial considerada por la autora para demostrar la factibilidad del mismo, en la misma se muestran la totalidad de entradas y salidas que se efectuaron para determinar costos y gastos iniciales en el momento de inicio del mismo, tal como se aprecia en las siguientes páginas.

Tabla 30.

*Inversión inicial de la empresa*

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN INICIAL			VALOR TOTAL
	CANT.	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>				
<b>Capital de Trabajo</b>				<b>\$ 54,229.37</b>
Caja-Bancos	1	16,128.50	16,128.50	
Sueldos y Salarios	1	39,901.30	39,901.30	
Servicios Básicos		840.00	840.00	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>				
<b>Equipos Funerarios</b>				<b>\$ 17,380.00</b>
Capilla Ardiente	4	2,210.00	8,840.00	
Capilla Ardiente baño oro	1	2,500.00	2,500.00	
Juego de faroles	1	1,500.00	1,500.00	
Pedestales	1	500.00	500.00	
Mesa preparación cadáver	1	600.00	600.00	
Equipo Tanatológico	2	60.00	120.00	
Juego de salas	1	780.00	780.00	
Sillas	120	15.00	1,800.00	
Camas	2	320.00	640.00	
Aparadores	2	50.00	100.00	
<b>Muebles de oficina</b>				<b>\$ 2,457.00</b>
Escritorio	4	200.00	800.00	
Impresora básica	1	90.00	90.00	
Impresora Laser	1	150.00	150.00	
<b>Material de cocina</b>				<b>\$ 1,123.00</b>
Cafeteras 100 Tazas	1	250.00	250.00	
Cafeteras 42 Tazas	1	60.00	60.00	
Cocina	1	435.00	435.00	
Mini refrigeradora	1	378.00	378.00	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>				
<b>Gastos pre-operacionales</b>				<b>\$ 5,300.00</b>
Constitución Compañía	1	300.00	300.00	
Permisos DAC	1	250.00	250.00	
Registro de Marcas	1	78.00	78.00	
Marketing y publicidad	1	450.00	450.00	
Planos	1	500.00	500.00	
Consultoría Técnica	1	3,222.00	3,222.00	
Tasas y permisos	1	500.00	500.00	
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>				<b>\$ 83,429.50</b>

Aquí se determina la inversión requerida para la creación de la empresa; lo que implica que deben establecerse los recursos necesarios para la ejecución y desarrollo del proyecto, mismos que se especifican a continuación.

### **Inversión en activos**

Se refiere a la incorporación en el aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción. Dentro de estos están:

- Construcción y Obras civiles

Tabla 31.

#### *Obras civiles*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Cotización</b>
Obras Civiles	\$ 15,000.00	ARQ. Fernando Rojas

- Equipamiento:

Área Administrativa

Tabla 32.

#### *Muebles de oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total (\$)</b>
Escritorio	4	\$ 200.00	\$ 800.00
Sillas giratorias	4	\$ 150.00	\$ 600.00
Sillas de espera	10	\$ 35.00	\$ 350.00
Archivadores	2	\$ 85.00	\$ 170.00
Teléfono/Fax	1	\$ 187.00	\$ 187.00
Televisión	1	\$ 350.00	\$ 350.00
		<b>Total (\$)</b>	<b>\$ 2,457.00</b>

## Área de Computación

Tabla 33.

*Equipos de computación*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total (\$)</b>
Computadora	2	\$ 450.00	\$ 900.00
Impresora básica	1	\$ 90.00	\$ 90.00
Impresora Láser	1	\$ 150.00	\$ 150.00
<b>Total (\$)</b>			<b>\$ 1,140.00</b>

## Área Funeraria

Tabla 34.

*Equipo funerario*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total (\$)</b>
Capilla Ardiente	4	\$ 2,210.00	\$ 8,840.00
Capilla Ardiente baño oro	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Juego de farolas	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Pedestales	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Mesa preparación Cadáver	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Equipo Tanatológico	2	\$ 60.00	\$ 120.00
Juego de salas	1	\$ 780.00	\$ 780.00
Sillas	120	\$ 15.00	\$ 1,800.00
Camas	2	\$ 320.00	\$ 640.00
Aparadores	2	\$ 50.00	\$ 100.00
<b>Total (\$)</b>			<b>\$17,380.00</b>

## Área de Cocina

Tabla 35.

*Material de cocina*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total (\$)</b>
Cafeteras 100 Tazas	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Cafeteras 42 Tazas	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Cocina	1	\$ 435.00	\$ 435.00
Mini refrigeradora	1	\$ 378.00	\$ 378.00
		<b>Total (\$)</b>	<b>\$ 1,123.00</b>

Para conocer el equipamiento que la “Sucursal Funeraria Cardozo” necesita para iniciar sus operaciones se sintetiza la misma en la tabla que sigue a continuación.

Tabla 36.

*Inversión en activos*

<b>Descripción</b>	<b>Costo(\$)</b>
Obras Civiles	\$ 15,000.00
Muebles de oficina	\$ 2,457.00
Equipo de Computación	\$ 1,140.00
Equipo Funeraria	\$ 17,380.00
Cocina	\$ 1,123.00
<b>Total (\$)</b>	<b>\$ 37,100.00</b>

Tabla 37.

*Resumen de inversión fija*

Descripción	Monto		Capital Propio	Capital Externo		
	Inversión		35%	65%		
Inversión Fija	\$	37,100.00	\$	12,985.00	\$	24,115.00
Capital de Trabajo	\$	46,329.80	\$	16,215.43	\$	30,114.37
<b>Total (\$)</b>	<b>\$</b>	<b>83,429.80</b>	<b>\$</b>	<b>29,200.43</b>	<b>\$</b>	<b>54,229.37</b>

**Inversión variable**

En esta sección se presenta la inversión que requiere la empresa para su gestión en talento humano. Es decir, el personal calificado y comprometido con las actividades que se delegan para que el serío cumpla con los estándares de calidad que necesita. En este sentido, el personal requerido para la empresa “Sucursal Funeraria Cardozo” planteado en este proyecto es el siguiente:

Tabla 38.

*Rol de pago (personal)*

ROL DE PAGO AÑO 1												
Cargo		Cant.	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	13ro	14to	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Total Mensual	Total Anual	
<b>Gerente General</b>	Administrativo	1	\$600.00	\$7,200.00	\$50.00	\$33.33	\$25.00	\$50.00	\$72.90	\$831.23	\$9,974.80	
<b>Secretaria/Contador</b>	Administrativo	1	\$400.00	\$4,800.00	\$33.33	\$33.33	\$16.67	\$33.33	\$48.60	\$565.27	\$6,783.20	
<b>Tanatoopractor</b>	MOD	1	\$400.00	\$4,800.00	\$33.33	\$33.33	\$16.67	\$33.33	\$48.60	\$565.27	\$6,783.20	
<b>Conserje</b>	MOD	1	\$350.00	\$4,200.00	\$29.17	\$33.33	\$14.58	\$29.17	\$42.53	\$498.78	\$5,985.30	
<b>Asistente de ventas</b>	MOD	1	\$350.00	\$4,200.00	\$29.17	\$33.33	\$14.58	\$29.17	\$42.53	\$498.78	\$5,985.30	
<b>Ayudante de Logística</b>	MOD	1	\$250.00	\$3,000.00	\$20.83	\$33.33	\$10.42	\$20.83	\$30.38	\$365.79	\$4,389.50	
<b>Administrativo</b>			\$1,000.00	\$12,000.00	\$83.33	\$66.67	\$41.67	\$83.33	\$121.50	\$1,396.50	\$16,758.00	\$46.55
<b>COSTOS DE VENTAS</b>			\$1,350.00	\$16,200.00	\$112.50	\$133.33	\$56.25	\$112.50	\$164.03	\$1,928.61	\$23,143.30	\$64.29

Tabla 39.

*Estructura de costos y gastos*

COSTOS Y GASTOS						
DETALLE	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Costos de ventas</b>	\$4,470.03	\$53,640.30	\$56,322.32	\$59,138.43	\$62,095.35	\$65,200.12
<b>(-) Gastos de Administración</b>	\$1,396.50	\$16,758.00	\$17,595.90	\$18,475.70	\$19,399.48	\$20,369.45
<b>(-) Gastos de publicidad</b>	\$660.00	\$7,920.00	\$8,316.00	\$8,731.80	\$9,168.39	\$9,626.81
<b>(-) Gastos de transporte</b>	\$220.00	\$2,640.00	\$2,772.00	\$2,910.60	\$3,056.13	\$3,208.94
TOTAL MENSUAL	\$6,746.53	\$12,914.82	\$13,560.56	\$14,238.59	\$14,950.52	\$15,698.04
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		<b>93,873.12</b>	<b>98,566.78</b>	<b>103,495.11</b>	<b>108,669.87</b>	<b>114,103.36</b>

- Alquiler carroza fúnebre

Para la prestación del servicio de carroza fúnebre se procederá al alquiler de las mismas en una de las funerarias que existen en Samborondón, las cuales prestan este servicio de alquiler por un costo de \$220.00 dólares por traslado de cadáver hacia la funeraria y el cementerio.

Tabla 40.  
Distribución de costos fijos y variables

DESCRIPCIÓN	%	Gastos varios	Suministros de aseo	Gastos Transporte	Publicidad	Servicios Básicos	Alimentos	Internet	Gastos Oficina	Mano de Obra por servicio	Sueldos Administrativos	Beneficios de Ley	Fondo de Reservas	Aporte Patronal
<b>Paquete Básico 1</b>	34%	\$319.61	\$27.32	\$75.12	\$225.37	\$286.83	\$ 225.37	\$ 6.83	\$ 1.85	\$ 658.55	\$ 476.85	\$ 168.60	\$ 66.87	\$ 97.50
<b>Paquete Básico 2</b>	29%	\$273.95	\$23.41	\$64.39	\$193.17	\$245.85	\$ 193.17	\$ 5.85	\$ 1.59	\$ 564.47	\$ 408.73	\$ 144.51	\$ 57.32	\$ 83.57
<b>Paquete Básico 3</b>	15%	\$142.68	\$12.20	\$33.54	\$100.61	\$128.05	\$ 100.61	\$ 3.05	\$ 0.83	\$ 294.00	\$ 212.88	\$ 75.27	\$ 29.85	\$ 43.53
<b>Paquete Básico 4</b>	21%	\$199.76	\$17.07	\$46.95	\$140.85	\$179.27	\$ 140.85	\$ 4.27	\$ 1.16	\$ 411.59	\$ 298.03	\$ 105.37	\$ 41.79	\$ 60.94
<b>TOTAL</b>	100%	<b>\$936.00</b>	<b>\$80.00</b>	<b>\$220.00</b>	<b>\$660.00</b>	<b>\$840.00</b>	<b>\$660.00</b>	<b>\$20.00</b>	<b>\$5.42</b>	<b>\$1,928.61</b>	<b>\$1,396.50</b>	<b>\$493.75</b>	<b>\$195.83</b>	<b>\$285.53</b>

## Capital de trabajo

Tabla 41.

### Resumen de Capital de trabajo

Descripción	Costo mensual (\$)	Costo anual (\$)
<b>Gastos Administrativos</b>		
Sueldos y Salarios	\$ 3,325.11	\$ 39,901.30
Beneficios de Ley, Aportes y Fondo de R.	\$ 975.11	\$ 11,701.30
Suministros de oficina	\$ 5.42	\$ 65.00
Internet	\$ 20.00	\$ 240.00
Útiles de aseo	\$ 936.00	\$ 11,232.00
Servicios básicos	\$ 840.00	\$ 10,080.00
Alimentos	\$ 660.00	\$ 7,920.00
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 6,761.63</b>	<b>\$ 81,139.60</b>
<b>Gastos de Ventas</b>		
Publicidad	\$ 660.00	\$ 7,920.00
Gastos de Transporte	\$ 220.00	\$ 2,640.00
<b>Total Gastos de ventas</b>	<b>\$ 880.00</b>	<b>\$ 10,560.00</b>
<b>Otros Gastos</b>		
Gastos varios	\$ 80.00	\$ 960.00
<b>Total Gastos Varios</b>	<b>\$ 80.00</b>	<b>\$ 960.00</b>
<b>Sub-total gastos</b>	<b>\$ 7,721.63</b>	<b>\$ 92,659.60</b>
<b>Total Capital Trabajo(\$)</b>		<b>\$ 92,659.60</b>
		<b>7,721.63</b>
		<b>46,329.80</b>

### Reporte de Gastos

El reporte de gastos debe estar integrado por la documentación financiera y comprobatoria del gasto realizado, para el mismo se toma en cuenta una proyección a 5 años, durante los cuales se establecen los gastos que se tendrán que reflejar en el balance general los cuales contienen los gastos administrativos, sueldos y salarios de

los colaboradores de la empresa y los gastos relacionados con los servicios básicos como luz, agua, internet y teléfono.

En este rubro se consideran todos los gastos referentes al sueldo del personal que labora en la empresa, además de los recursos utilizados para la prestación del servicio en forma oportuna. Para la determinación de la proyección del sueldo se consideró una tasa del 5% que corresponde al crecimiento de los sueldos básicos. A continuación, se muestra la Tabla 42 donde se aprecia el reporte de gastos para este proyecto.

Tabla 42.

*Gastos Administrativos*

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS (Incremento 5% Anual)</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Servicios Básicos	\$840.00	\$10,080.00	\$10,584.00	\$11,113.20	\$11,668.86	\$12,252.30
Alimentos	\$660.00	\$7,920.00	\$8,316.00	\$8,731.80	\$9,168.39	\$9,626.81
Internet	\$20.00	\$240.00	\$252.00	\$264.60	\$277.83	\$291.72
Mano de Obra por servicio	\$1,928.61	\$23,143.30	\$24,300.47	\$25,515.49	\$26,791.26	\$28,130.83
Gastos Oficina	\$5.42	\$65.00	\$68.25	\$71.66	\$75.25	\$79.01
<b>TOTAL MENSUAL</b>		\$12,914.82	\$13,560.56	\$14,238.59	\$14,950.52	\$15,698.04
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>54,363.12</b>	<b>57,081.28</b>	<b>59,935.34</b>	<b>62,932.11</b>	<b>66,078.71</b>

Tabla 43.

*Gastos de ventas*

<b>GASTOS DE VENTAS (5%)</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Publicidad	\$660.00	\$7,920.00	\$8,316.00	\$8,731.80	\$9,168.39	\$9,626.81
Gastos Transporte	\$220.00	\$2,640.00	\$2,772.00	\$2,910.60	\$3,056.13	\$3,208.94
<b>TOTAL MENSUAL</b>		0	\$6,300.00	\$6,615.00	\$6,945.75	\$7,293.04
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$10,560.00</b>	<b>\$17,388.00</b>	<b>\$18,257.40</b>	<b>\$19,170.27</b>	<b>\$20,128.78</b>

Tabla 44.

*Gastos operativos*

<b>GASTOS OPERATIVOS (5%)</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Suministros de aseo	\$936.00	\$11,232.00	\$11,793.60	\$12,383.28	\$13,002.44	\$13,652.57
Gastos varios	\$80.00	\$960.00	\$1,008.00	\$1,058.40	\$1,111.32	\$1,166.89
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>\$1,016.00</b>	<b>\$1,066.80</b>	<b>\$1,120.14</b>	<b>\$1,176.15</b>	<b>\$1,234.95</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$13,208.00</b>	<b>\$13,868.40</b>	<b>\$14,561.82</b>	<b>\$15,289.91</b>	<b>\$16,054.41</b>

**5.14.3. Prestamos del proyecto****Amortización del préstamo**

Tabla 45.

*Amortización*

<b>AMORTIZACIÓN</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>	<b>VALOR AMORTIZACIÓN</b>
Gastos Pre-operacionales	\$5,300.00	20%	5	\$1,060.00
				<b>\$1,060.00</b>

### Financiamiento

Para la realización de este proyecto se necesita de una inversión de \$83,429.80 de los cuales se cuenta con un capital propio correspondiente al 35% que equivale al valor de \$29,200.43 y se asumirá como capital externo el 65% del valor del mismo, el cual representa un monto de \$54,229.37, mismos que se financiarán mediante crédito solicitado al Banco de Pichincha, considerando para esto una tasa de interés del 11.83% anual, como se muestra a continuación.

Tabla 46.

#### *Financiamiento externo*

<b>PRÉSTAMO</b>		
<b>MONTO</b>	\$ 54,229.37	<b>BANCO PICHINCA</b>
<b>Tasa</b>	<b>11.83%</b>	
<b>Plazo</b>	<b>5</b>	<b>Años</b>
<b>Frecuencia pago</b>	<b>12</b>	
<b>Cuota mensual</b>		
<b>Período de Gracia</b>	<b>1</b>	<b>Año</b>

Tabla 47.

#### *Anualidades de pago*

<b>PERÍODO</b>	<b>SALDO DEUDA</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>
	\$ <b>54,229.37</b>			
<b>1</b>	\$ 45,664.25	\$ 14,980.45	\$ 6,415.33	\$ 8,565.12
<b>2</b>	\$ 36,085.88	\$ 14,980.45	\$ 5,402.08	\$ 9,578.37
<b>3</b>	\$ 25,374.39	\$ 14,980.45	\$ 4,268.96	\$ 10,711.49
<b>4</b>	\$ 13,395.73	\$ 14,980.45	\$ 3,001.79	\$ 11,978.66
<b>5</b>	\$ 0.00	\$ 14,980.45	\$ 1,584.72	\$ 13,395.73

#### **5.14.4. Estados financieros**

El estudio financiero se realiza sobre los ingresos, costos y rentabilidad de la empresa, considerando todos los factores de producción. El mismo permite determinar la capacidad financiera de la empresa para un proyecto. (Alegría, 2017)

En este estudio, se evalúan los indicadores de rentabilidad económica del proyecto, es decir, la disponibilidad de recursos que se necesitan para llevar a cabo los objetivos o metas del proyecto, es decir, si es posible cumplir con las metas que se tienen previstas en un proyecto, considerando los recursos con los que se cuenta para su realización. A continuación, se presentan algunos indicadores que dan cuenta de la viabilidad o proyección del proyecto.

#### **Depreciación**

Hace alusión a la vida útil que tienen los bienes y servicios. En contabilidad se sabe que la mayoría de los activos fijos tienen una vida útil limitada, ya sea por el uso o por el deterioro físico causado por fenómenos naturales. Para la depreciación de activos fijos de la empresa se realizará mediante la aplicación de los porcentajes de depreciación determinados por el Servicio de Rentas Internas. A continuación, se presenta la tabla correspondiente.

Tabla 48.

*Depreciación*

<b>COMPRA DE ACTIVOS</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>	<b>VALOR DEPRECIACIÓN</b>
Obras Civiles	\$ 15,000.00	10%	10	\$ 1,500.00
Muebles de oficina	\$ 2,457.00	10%	10	\$ 245.70
Equipo de Computación	\$ 1,140.00	33.33%	3	\$ 379.96
Equipo Funeraria	\$ 17,380.00	10%	10	\$ 1,738.00
Cocina	\$ 1,123.00	10.00%	10	\$ 112.30
	<b>\$ 37,100.00</b>			<b>\$ 3,975.96</b>

El estado de resultados proyectado es un estado financiero básico en el cual se presenta información relativa a los logros alcanzados por la administración de una empresa en un periodo determinado. Debe mostrar la información relacionada con las operaciones de una entidad lucrativa en un periodo contable, para así determinar la utilidad o pérdida neta del periodo, la cual forma parte del capital ganado de esas entidades. A continuación, se detalla un estado de resultados tentativo para un período de cinco años, en el cual se proyecta la utilidad neta del proyecto. A continuación, se muestra la Tabla 49

Tabla 49.

*Estado de resultados proyectado*

CUENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ingresos						
<b>Ventas Totales</b>	\$157,440.00	\$165,312.00	\$173,577.60	\$182,256.48	\$191,369.30	
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$157,440.00</b>	<b>\$165,312.00</b>	<b>\$173,577.60</b>	<b>\$182,256.48</b>	<b>\$191,369.30</b>	
<b>(-) Costos de Operación</b>	\$53,640.30	\$56,322.32	\$59,138.43	\$62,095.35	\$65,200.12	
(=) Utilidad Bruta en Ventas	<b>\$103,799.70</b>	<b>\$108,989.69</b>	<b>\$114,439.17</b>	<b>\$120,161.13</b>	<b>\$126,169.18</b>	
<b>(-) Gastos de Administración</b>	\$16,758.00	\$17,595.90	\$18,475.70	\$19,399.48	\$20,369.45	
<b>(-) Gastos de publicidad</b>	\$7,920.00	\$8,316.00	\$8,731.80	\$9,168.39	\$9,626.81	
<b>(-) Gastos de transporte</b>	\$2,640.00	\$2,772.00	\$2,910.60	\$3,056.13	\$3,208.94	
<b>(-) Gastos de depreciación</b>	\$3,975.96	\$3,975.96	\$3,975.96	\$3,596.00	\$3,596.00	
(=) Utilidad antes de impuestos	<b>\$72,505.74</b>	<b>\$76,329.82</b>	<b>\$80,345.11</b>	<b>\$84,941.13</b>	<b>\$89,367.98</b>	
<b>(-) Gastos Financieros</b>	\$6,415.33	\$5,402.08	\$4,268.96	\$3,001.79	\$1,584.72	
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	<b>\$66,090.40</b>	<b>\$70,927.74</b>	<b>\$76,076.15</b>	<b>\$81,939.34</b>	<b>\$87,783.27</b>	
<b>(-) Participación a trabajadores</b>	15%	\$9,913.56	\$10,639.16	\$11,411.42	\$12,290.90	\$13,167.49
(=) Utilidad antes del Impuesto a la Renta		\$56,176.84	\$60,288.58	\$64,664.73	\$69,648.44	\$74,615.78
<b>(-) Impuesto a la renta</b>	25%	\$14,044.21	\$15,072.15	\$16,166.18	\$17,412.11	\$18,653.94
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>\$42,132.63</b>	<b>\$45,216.44</b>	<b>\$48,498.55</b>	<b>\$52,236.33</b>	<b>\$55,961.83</b>

### 5.14.5. Flujo de caja proyectado

Es uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en el mismo se determinen. El flujo de caja de cualquier proyecto se conforma de cuatro elementos básicos: a) los egresos iniciales de los fondos; b) los ingresos y egresos de operación; c) el momento en que ocurren estos ingresos y egresos y d) el valor de desecho o salvamento del proyecto. En este estudio en particular, el flujo de caja es un indicativo de la liquidez de la empresa durante un período de cinco años, el mismo se refleja en la Tabla 52.

### 5.14.6. Evaluación económica

Hace referencia a los recursos económicos que la empresa requiere para llevar a cabo sus actividades. A continuación, se muestra la Tabla 50, en la cual se reflejan la inversión inicial, así como el financiamiento requerido para llevar a cabo la propuesta.

Tabla 50.

#### *Estructura del capital*

<b>BALANCE GENERAL INICIAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
Caja – Bancos	\$ 16,128.50	Préstamo	\$ 54,229.37
Equipo Funerario	\$ 17,380.00		
Muebles de Oficina	\$ 2,457.00		
Equipos de Computación	\$ 1,140.00		<b>PATRIMONIO</b>
Material de Cocina	\$ 1,123.00	Accionista 1	\$ 15,200.33
Capital de trabajo	\$ 39,901.30	Accionista 2	\$ 14,000.00
Gastos Pre-operacionales	\$ 5,300.00		
		<b>TOTAL PAT</b>	<b>\$ 29,200.33</b>
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 83,429.50</b>	<b>TOTAL PAS+PAT</b>	<b>\$ 83,429.50</b>

#### **5.14.7. Evaluación financiera**

Se ocupa de comparar los beneficios proyectados, asociados a una decisión de inversión con su correspondiente flujo de desembolsos proyectados. En este sentido y para tener una mejor visualización financiera se presentan los siguientes criterios de evaluación:

El Valor Actual Neto (VAN), plantea que el proyecto debe aceptarse si su VAN es igual o superior a cero, el mismo representa la diferencia entre todos los ingresos y egresos expresados en moneda actual. (Sapag Chain; 2004: 300)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), que evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. (Sapag Chain; 2004: 302). En la Tabla 51, se reflejan los resultados del VAN y la TIR, con una tasa de descuento del 15%, cantidad mínima para evaluar de manera positiva la rentabilidad del proyecto.

Tabla 51.

*Evaluación financiera del proyecto*

		2021	2022	2023	2024	2025
<b>Flujo de caja</b>	\$-129,759.60	\$55,762.95	\$57,321.92	\$58,898.81	\$60,349.68	\$61,942.65
<b>Acumulado</b>			\$113,084.87	\$116,220.73	\$119,248.50	\$122,292.34
<b>Tasa de descuento</b>	15%					
<b>VAN INGRESOS</b>	\$575,384.16					
<b>VAN EGRESOS</b>	\$379,522.53					
<b>VAN EGRESOS + INVERSION</b>	\$509,282.13					
<b>VAN</b>	\$325,621.22					
<b>TIR</b>	35%					
<b>Razón Beneficio-Costo</b>	1,13					
<b>Tiempo de recuperación del Capital (PAYBACK)</b>	2.89 Años					

Tabla 52.

*Flujo de Caja proyectado*

RUBROS	FLUJO DE CAJA					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>						
<b>Ingreso por ventas</b>		\$ 157,440.00	\$ 165,312.00	\$ 173,577.60	\$ 182,256.48	\$ 191,369.30
<b>(-) Egresos de efectivos</b>		\$ 104,916.07	\$ 110,717.52	\$ 116,834.13	\$ 123,422.36	\$ 130,226.75
Gastos de Operación		\$ 53,640.30	\$ 56,322.32	\$ 59,138.43	\$ 62,095.35	\$ 65,200.12
(-) Gastos de Administración		\$ 16,758.00	\$ 17,595.90	\$ 18,475.70	\$ 19,399.48	\$ 20,369.45
(-) Gastos de publicidad		\$ 7,920.00	\$ 8,316.00	\$ 8,731.80	\$ 9,168.39	\$ 9,626.81
(-) Gastos de transporte		\$ 2,640.00	\$ 2,772.00	\$ 2,910.60	\$ 3,056.13	\$ 3,208.94
Impuesto a la renta		\$ 14,044.21	\$ 15,072.15	\$ 16,166.18	\$ 17,412.11	\$ 18,653.94
Participación Trabajadores		\$ 9,913.56	\$ 10,639.16	\$ 11,411.42	\$ 12,290.90	\$ 13,167.49
<b>(=) FLUJO NETO OPERACIONAL</b>		\$ 52,523.93	\$ 54,594.48	\$ 56,743.47	\$ 58,834.12	\$ 61,142.55
<b>(-) Egresos de efectivo</b>						
Pago de préstamos o principal		\$ 0.00	\$ 8,565.12	\$ 9,578.37	\$ 10,711.49	\$ 11,978.66
Pago de Intereses		\$ 6,415.33	\$ 5,402.08	\$ 4,268.96	\$ 3,001.79	\$ 1,584.72
<b>FLUJO NETO FINANCIAMIENTO</b>	\$ 54,229.37	\$ 46,108.59	\$ 40,627.28	\$ 42,896.14	\$ 45,120.84	\$ 47,579.17
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	\$ 54,229.37	\$ 46,108.59	\$ 40,627.28	\$ 42,896.14	\$ 45,120.84	\$ 47,579.17

El análisis de la Tabla 51, refleja que el valor determinado del VAN evaluado a una tasa de 15% es de \$325,621.22 lo que indica que es positivo y mayor a cero, por lo que la inversión se puede considerar rentable. En el indicador TIR, evaluado igualmente a una tasa de 15%, da como resultado un 35% valor que supera ampliamente el parámetro de medición utilizado, por lo tanto, se determina que es factible la realización del proyecto, ya que la posibilidad de recuperación de la inversión es de 2.89 años.

### **Punto de Equilibrio**

Se procede a determinar el punto de equilibrio del proyecto como se muestra a continuación:

Tabla 53.

#### *Punto de Equilibrio*

COSTO FIJO	<b>\$4,980.22</b>	VENTAS PUNTO DE EQUILIBRIO	<b>6,295.70</b>
COSTO VARIABLE	\$2,741.42	COSTO VARIABLE UNITARIO	1,315.48
COSTO VARIABLE UNITARIO	94.03	MARGEN DE CONTRIBUCION	4,980.22
UNIDADES PROMEDIO DE VENTAS	29.16	COSTO FIJO TOTAL	\$4,980.22
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	450.00	PUNTO DE EQUILIBRIO	\$0.00
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	13.99		

#### Análisis

Al hacer el análisis del punto de equilibrio, se debe tomar en cuenta que este indica la cantidad de ingresos que una empresa necesitará para cubrir sus gastos,

antes de que pueda comenzar a ver las ganancias. En el caso del estudio el punto de equilibrio indica que la empresa debe vender 11.25 unidades para cubrir los costos y gastos proyectados

#### 5.14.8. Relación beneficio – costo

Tabla 54.

<b>Tasa de interés:</b>	<b>15%</b>					
	2021	2022	2023	2024	2025	Val.Presente
<b>Beneficios</b>	\$157,440.00	\$165,312.00	\$173,577.60	\$182,256.48	\$191,369.30	\$575,384.16
<b>Costos</b>	\$101,677.05	\$107,990.08	\$114,678.79	\$121,906.80	\$129,426.65	\$379,522.53
	Beneficio Costo por cada dólar de inversión					\$1.13

*Relación beneficio-costo*

#### 5.14.9. Tiempo de recuperación de la inversión

Es el tiempo exacto que requiere una empresa para recuperar su Inversión inicial en un proyecto. En el caso de este proyecto, el tiempo de recuperación de la inversión es de 2.89 años, según se aprecia en la Tabla 52, evaluación financiera del proyecto. Lo que indica que se podrá estar al día con las obligaciones por pagar y se podrá reinvertir perfectamente los excedentes a partir del tercer año.

#### 5.14.10. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una técnica financiera muy usada al momento de tomar decisiones con respecto a la inversión a realizar. La misma consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN en un proyecto. En este proyecto, los resultados del análisis de sensibilización se presentan en la tabla 55, la cual se muestra a continuación.

Tabla 55.

*Análisis de sensibilidad*

	Fórmulas	2021	2022	2023	2024	2025
<u>Índices de rentabilidad</u>						
<b>ROA</b>	Utilidad neta/total Activos	31%	26%	27%	28%	28%
<b>ROE</b>	Utilidad neta/total Patrimonio	52%	54%	57%	59%	62%
<b>Margen de venta</b>	Utilidad neta/total Ingresos	23%	24%	26%	27%	29%
<u>Índice de liquidez</u>						
<b>Razón Corriente</b>	Activos corrientes/Pasivos corrientes	3.47	4.49	4.65	4.79	4.90
<b>Prueba ácida</b>	(Activos corrientes-Inventarios) /Pasivos corrientes	2.84	3.83	3.95	4.04	4.12
<u>Índice de endeudamiento</u>						
<b>Solvencia</b>	Total, Pasivos/Total Activos	0.41	0.51	0.52	0.53	0.54
<u>Índice de gestión</u>						
<b>Rotación de Inventario</b>	Total, ingresos/total de Inventarios	9.06	8.27	7.55	6.90	6.30
<b>Rotación de Activos Fijos</b>	Total, ingresos/total Activos Fijos	6.85	9.15	13.33	22.81	64.82
<b>Rotación de Activos Totales</b>	Total, ingresos/total Activos totales	1.33	1.08	1.05	1.02	0.99
<b>Rotación de cobros/día</b>	Cuentas por Cobrar/(ventas a crédito/360)	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00

### **5.15. Importancia**

Con respecto a la importancia del presente proyecto, es importante destacar que realizar estudios de prefactibilidad tiene gran relevancia para las empresas y sus propietarios, pues permiten analizar el comportamiento del mercado y la tendencia del mismo en cuanto a crecimiento, lo que permite valorar con exactitud los beneficios financieros que obtendrán los inversionistas y a su vez mostrar con datos proyectados la factibilidad del proyecto en un lapso de tiempo determinado, aspectos fundamentales al momento de tomar decisiones en cuanto a inversión.

### **5.16. Metas del proyecto**

Las metas que persigue el proyecto, se encuentran enmarcados dentro del sector Servicios Funerarios en el cantón Samborondón, las mismas buscan a mediano y largo plazo superar las falencias que se han presentado con respecto a este tema, logrando de esta manera satisfacer las demandas no satisfechas de los pobladores y contribuir con la economía de la región. Además de asegurar la tranquilidad de los habitantes en momentos tan difíciles como es el enfrentarse a la pérdida de un ser querido.

### **5.17. Finalidad de la propuesta**

El proyecto tiene, la finalidad de ser pionero en la región, pues en la parroquia Tarifa no se cuenta con este tipo de servicios, por lo que se busca prestar un servicio de vanguardia que se adapte a las necesidades de sus pobladores logrando de esta forma ganar aceptación en el mercado, a tal punto de convertirse en un punto de apoyo en momentos difíciles para los habitantes del sector. Asimismo, será fuente de ingreso económica para la región al permitir la adquisición de los insumos directos en el país, impulsando de esta manera la economía nacional.

## Bibliografía

- Acosta, J. (2004). *Investigación Pedagógica*. Bogotá: Estado de Arte Semillero.
- Alegría, E. (2017). *Estudio de Prefactibilidad Técnico y Económico para la instalación de una Empresa de Servicios Funerarios en la ciudad de San Vicente de Tagua Tagua*. Viña del Mar - Chile: Repositorio Universidad Técnica Federico Santa María.
- Alvarado, D., & Morán, G. (2010). *Métodos de la investigación*. México: Pearson Educación S.A.
- Arias, F. (1998). *Tesis y proyectos de investigación*. Caracas: Episteme.
- Ayala, L. E. (2015). *Gerencia de Mercadeo*. Obtenido de El Análisis PEST:  
<http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc098.htm>
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (6ta edición ed.). Mc Graw Hill.
- Bárcena, S., & Lerma, A. (2012). *Planeación estratégica por áreas funcionales*. México: Alfa y Omega.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación. Tercera edición*. Bogotá, Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Carrillo Flores, A. L. (SEPTIEMBRE de 2015). *ri.uaemex.mx*. Obtenido de  
<http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Carrión Maroto, J. (2007). *Estrategia de la visión a la acción*. Madrid: ESIC.
- Casado Díaz, A. B., & Sellers Rubio, R. (2006). *Dirección de Marketing: Teoría y Practica*. Madrid: Club Universitario.
- Cerda, H. (2000). *La Investigación Total*. Bogotá: Editorial El Búho.

- Chiavenato, I. (1999). *Administración de los Recursos Humanos (5ª Ed.)*. México: Mc Graw Hill.
- Eras, K. (2016). *Proyecto de factibilidad para la implementación de una Empresa de Servicios Funerarios en la ciudad de Catacocha*. Loja, Ecuador: Repositorio Universidad Nacional de Loja.
- Espinoza, E. (2019). Las Variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte. *Revista Conrado*, 15(69), 171-180.
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera, (1era Ed)*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- García del Junco, J., & Casanueva Rocha, C. (2001). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Madrid: Mc Graw Hill.
- García, J., Ramos, C., & Ruíz, G. (2009). Estadística empresarial de 2009 pag 6. UCA Universidad de Cádiz.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2007). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.
- Hurtado, J. (2008). Algunos aspectos a contemplar en el desarrollo de los criterios metodológicos de la investigación. *Investigación Holística*, 14-21.
- Idrovo, V., & Orozco, V. (2011). *Estudio de pre factibilidad para la creación de Salas de Velaciones y Servicios Fúnebres*. Milagro, Ecuador: Repositorio Universidad Estatal de Milagro.
- INEC. (2018). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. El sector empresarial del país Cuenta.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing (6a ed.)*. México: Pearson Educación.
- León, A. (2019). *Plan de negocio para la creación de una Empresa de Servicios Mortuorios Integrales en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador: Repositorio Universidad de Guayaquil.
- López Zubieta, P. L. (08 de 07 de 2002). *POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO*. Recuperado el 08 de 07 de 2019, de <https://es.scribd.com/document/191670299/poblacion-y-muestra-revista-punto-cero-2002-pdf>
- Lusthaus, C. (2002). *Evaluación organizacional: marco para mejorar el desempeño*. Canadá: IDRC.
- Martinez, O. (2009). *Retrieved from*. Obtenido de [http://www.esap.edu.co/portal/download/m%C3%B3dulos\\_pregrado/tecnolog%C3%ADa\\_en\\_gesti%C3%B3n\\_p%C3%BAblica\\_ambiental/semestre\\_v/1\\_for\\_y\\_eva\\_de\\_pdf](http://www.esap.edu.co/portal/download/m%C3%B3dulos_pregrado/tecnolog%C3%ADa_en_gesti%C3%B3n_p%C3%BAblica_ambiental/semestre_v/1_for_y_eva_de_pdf)
- Meza Orozco, J. (2014). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá: Buena Semilla.
- Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos: evaluación financiera, económica, social y ambiental*. Bogotá. Colombia: MM Editores.
- Naranjo, S. (2020). Ecuador: así fueron las taasa de mortalidad durante 2020. *Revista Gestión Digital*, 3-6.
- Orjuela, S., & Sandoval, P. (2002). *Guía de Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos*. Santiago, Chile: Repositorio Universidad de Chile.
- Ortega, A. (2008). *Planeacion Financiera Estratégica*. Mexico: Mc Graw Hill.

- Paladines, J. (2018). *La actividad de Servicios Funerarios y su incidencia en la Rentabilidad Financiera de la Empresa Camposantos del Ecuador "Parque de la Paz", Parroquia La Aurora. Período 2012-2016*. Guayaquil, Ecuador: Repositorio Universidad de Guayaquil.
- Pasaca, M. (2010). *Elaboración y evaluación de proyectos de inversión*. Loja: Ecuador.
- Porter, M. (2009). *Estrategia Competitiva*. Pirámide.
- Revista Nexo Empresarial Funerario. (2018). La Industria Funeraria en el Mundo. *Revista Nexo Empresarial*, 12-16.
- Rodríguez U, M. L. (19 de Agosto de 2013). *Guía de tesis*. Obtenido de <https://guiadetesis.wordpress.com/tag/investigacion-bibliografica-y-documental/>
- Ruiz, A., & Vaca, M. (2011). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de Servicios funerarios completos en el Cantón Otavalo*. Ibarra, Ecuador: Repositorio Universidad Técnica del Norte.
- Sampieri, R. (2004). *Metodología de la investigación: Método inductivo-deductivo*. México: McGraw-Hill.
- Sánchez Bueno, M. J. (2008). *Proceso Innovador y Tecnológico*. Madrid: Netbiblo.
- Sandhusen, R. (2002). *Le Encuesta*. Bogotá: Compañía Editorial Continental.
- Santos, T. (2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. Contribuciones a la economía, electrónico*.
- Sapag, C. N. (2012). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill interamericana.
- Sierra Bravo, R. (2007). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Madrid: Paraninfo. 3era Edición.

- Solís, K. (2019). *Mejora de los Servicios Funerarios de la Micro-Empresa "Funeraria Cardozo". Propuesta de la Tanatopraxia como nuevo servicio*. Guayaquil, Ecuador: Repositorio Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.
- Superintendencia de Compañías. (2019). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Obtenido de Tasas y Tarifas por Servicios Notariales:  
<https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/ConstitucionElectronica/Tarifas!/ut/p/a1/j>
- Tapia Muñoz, M., Granizo Lara, S., & Granizo Lara, L. (2017). *Estudio de Prefactibilidad de Proyectos*. *Revista Caribeña de Ciencias sociales*.
- Thompson, B. (2017). *Prefactibilidad*. En *Proyectos de Inversión*. México: México.
- Turner, V. (1996). *El proceso ritual*. Madrid: Taurus, 2da edición.
- Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Vélez, C. (2006). Hacia una humanización de la empresa funeraria. *Pensamiento & Gestión*, núm 21, 93-110.

## **APÉNDICE**

## Apéndice A



### UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

#### ENCUESTA A SUJETOS HABITANTES DE LA PARROQUIA TARIFA

**Objetivo general:** Desarrollar un estudio de prefactibilidad que determine la viabilidad financiera para la creación de una sucursal de la microempresa “Funeraria Cardozo” en la Parroquia Tarifa del Cantón Samborondón.

#### Variable Estudio de prefactibilidad

1. ¿Cuál es su ingreso mensual en dólares?

Entre 340 – 550: \_\_\_\_\_ Entre 551 – 750: \_\_\_\_\_ Entre 751 – 950: \_\_\_\_\_

2. ¿Existen ofertas de servicios funerarios en la parroquia Tarifa?

Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ No se: \_\_\_\_\_

3. ¿Cuándo fallece alguna persona de su familia donde se realiza la velación?

Casa: \_\_\_\_\_ Otro lugar: \_\_\_\_\_ Funeraria: \_\_\_\_\_

4. ¿Se presenta mucha competencia en la zona con respecto a ofertas de servicios funerarios?

Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ No se: \_\_\_\_\_

5. ¿De crearse una empresa de servicios funerarios en la Parroquia Tarifa estaría dispuesto a utilizar estos servicios?

Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ No se: \_\_\_\_\_

6. ¿Cuál de estas opciones considera indispensable al momento de contratar servicios mortuorios

Cofres, féretros y Tanatopraxia: \_\_\_\_\_

Sala de velación, traslados y cafetería: \_\_\_\_\_

Servicios religiosos, arreglos florales, libro de condolencias: \_\_\_\_\_

Servicios de arreglo de la documentación respectiva: \_\_\_\_\_

Todas las anteriores: \_\_\_\_\_

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio funerario?

Entre \$280 - \$310: \_\_\_\_\_

Entre \$320 - \$490: \_\_\_\_\_

Entre \$500 - \$690: \_\_\_\_\_

Entre \$700 o más: \_\_\_\_\_

8. ¿Cómo le convendría pagar este tipo de servicio?

Contado: \_\_\_\_\_ Crédito: \_\_\_\_\_ No se: \_\_\_\_\_

9. ¿Le parece que este tipo de proyecto puede generar resultados rentables para la empresa?

Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ No se: \_\_\_\_\_

**Variable Sucursal de Microempresa de Servicios Funerarios**

10. ¿Cree que la Funeraria “Cardozo” cuenta con una estructura organizativa donde se destaca la jerarquía de los cargos?

Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ No se: \_\_\_\_\_

11. ¿En la Funeraria “Cardozo” se ofrece variedad de paquetes con diferentes tipos de servicios?

Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ No se: \_\_\_\_\_

12. ¿Cree que los servicios ofertados por la Funeraria “Cardozo” se adaptan a las necesidades de los habitantes de la parroquia Tarifa?

Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ No se: \_\_\_\_\_

13. ¿Por qué medio informativo le gustaría que la empresa ofreciera sus servicios?

Prensa escrita: \_\_\_\_\_ Radio: \_\_\_\_\_ Internet: \_\_\_\_\_

14. ¿Para que un servicio funerario sea de calidad debe ofertar los servicios necesarios para brindar la tranquilidad de los dolientes en esos momentos difíciles?

Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ No se: \_\_\_\_\_

## Apéndice B



### UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

#### ENTREVISTA A SUJETOS DUEÑOS DE FUNERARIA CANTÓN SAMBORONDÓN

**Objetivo general:** Desarrollar un estudio de prefactibilidad que determine la viabilidad financiera para la creación de una sucursal de la microempresa “Funeraria Cardozo” en la Parroquia Tarifa del Cantón Samborondón.

#### Formulario de Entrevista

1. ¿Sería conveniente abrir una sucursal de servicios funerarios en la parroquia de Tarifa?
2. ¿Los habitantes de Tarifa tienen la capacidad económica para pagar un servicio funerario adecuado y de calidad?
3. ¿Cree que en la parroquia Tarifa existe un mercado potencial con demanda suficiente para abrir una sucursal de este tipo de empresa?
4. ¿La inversión en requerimientos operativos y tecnológicos sería costosa para la empresa que quiera abrir una sucursal?
5. ¿Cree que la funeraria bajo su responsabilidad tiene una estructura organizacional adecuada al funcionamiento operativo de la misma?
6. ¿Cree que sería factible financieramente la apertura de una sucursal de servicios funerarios en la parroquia Tarifa? Explique

## Apéndice C. Flujograma del Servicio

