



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: INGENIERIA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA**

TÍTULO DEL PROYECTO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACION DE UN CAMPOSANTO
QUE OFREZCA SERVICIOS EXEQUIALES EN LA CIUDAD DE MILAGRO”**

Autores:

**ZORAIDA DANIELA NAVARRO MARTINEZ
DIANA CAROLINA SANDOYA ARÉVALO**

MILAGRO, ABRIL DEL 2013

ECUADOR

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Tutor de proyecto de investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comercial de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de tesis de grado con el título “**Estudio de factibilidad para la implementación de un camposanto que ofrezca servicios exequiales en la ciudad de MILAGRO**”.Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al Título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría – C.P.A.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Milagro, Abril del 2013

Presentado por los egresados:

Zoraida Daniela Navarro Martínez

C.I. 0924509979

Diana Carolina Sandoya Arévalo

C.I. 0925565293

TUTOR:

ECO. FABIAN RAMIREZ GRANDA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotros: Egr. Zoraida Daniela Navarro MartínezyDiana Carolina Sandoya Arévalo, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Estudio de factibilidad para la implementación de un camposanto que ofrezca servicios exequiales en la ciudad de Milagro”**del cual nos responsabilizamos por ser los autoras del mismo y tener la asesoría personal del Eco. Fabián Ramírez Granda

Milagro, Marzo del 2013.

Zoraida Daniela Navarro MartínezDiana Carolina Sandoya Arévalo

C.I.

0924509979

C.I. 0925565293

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Con mucho cariño dedico esta Tesis a Dios por ser el motor en mi vida, por no dejarme sola cuando más lo necesitaba a mis padres Sr. Daniel Navarro y Sra. Inés Martínez por brindarme su ejemplo de perseverancia, lucha y fortalezas en todos los actos de sus vidas y que con sus sabios consejos y su incondicional apoyo me dieron las fuerzas que me permitieron culminar con éxito mi carrera estudiantil.

A mi esposo y a mi hija que gracias a ellos por el inmenso amor que me dan día a día, por estar conmigo en los buenos y difíciles momentos de mi vida, por tener confianza en mí, y por inducirme a lograr mis anhelos profesionales.

A mis maestros por la confianza demostrada en todo momento, y por su apoyo a lo largo de mi carrera.

Zoraida Navarro Martínez

DEDICATORIA

Con mucho cariño dedico esta Tesis a Dios por ser el motor de mi vida, a mi esposo por brindarme su ejemplo de perseverancia lucha y fortaleza en todos los actos de mi vida y por su sabio consejo y su incondicional apoyo me dieron las fuerzas que me permitieron culminar con éxitos mi carrera estudiantil.

A mis hijos Alejandro y Valentina por el inmenso amor que me dan y por su comprensión, por estar conmigo en los buenos y difíciles momentos de mi vida, por tener confianza en mí, y por apoyarme a lograr mis anhelos profesionales.

A mi madre por estar siempre conmigo y apoyarme en todo, a mis familiares por ser parte fundamental en este largo camino que hemos recorrido juntos.

A mis maestros por la confianza demostrada en todo momento, y por su apoyo a lo largo de mis estudios.

Diana Sandoya Arévalo

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme permitido vivir hasta este día, haberme guiado a lo largo de mi vida, por ser mi apoyo, mi luz y camino. Por haberme dado la fortaleza para seguir adelante en aquellos momentos de debilidad.

A mi tutor, a quien debí causarle mucho trabajo por su guía.

A mis maestros quienes a lo largo de mi carrera compartieron conmigo sus conocimientos.

A mi Tutor Econ. Fabián Ramírez por compartir con nosotras sus conocimientos de enseñanzas y por darnos el apoyo y confianza para la realización de nuestra tesis.

Zoraida Navarro Martínez

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por ser un amigo incondicional, por brindarme apoyo por estar con mi familia y conmigo siempre por ser la luz del camino.

A mis hijos Alejandro y Valentina por saber comprender mi ausencia, y brindarme su amor día a día.

A mi esposo Omar por apoyarme y estar conmigo en los momentos buenos y difíciles de la vida.

A la Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente.

A mi tutor Econ. Fabián Ramírez Granda por compartir con nosotros sus conocimientos y por darnos su apoyo y confianza para la realización de nuestra tesis.

Diana Sandoya Arévalo

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

RECTOR DE LA UNEMI

Señor rector el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue el **“Estudio de factibilidad para la implementación de un camposanto que ofrezca servicios exequiales en la ciudad de Milagro”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Abril del 2013

Zoraida Navarro Martínez Diana Sandoya Arévalo C.I. 0924509979

C.I. 0925565293

INDICE

Carátula.....	i
Aceptación por el tutor.....	ii
Declaración de autoría de la investigación.....	iii
Certificación de la defensa.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Cesión de los derechos del autor.....	vii
Índice general.....	viii
Resumen.....	xvi
Abstract.....	xvii
Introducción.....	1

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1. Problematización del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	5
1.1.3 Formulación del Proyecto.....	5
1.1.4 Sistematización del problema.....	5
1.1.5 Determinación del problema.....	6
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 General.....	6
1.2.2 Específicos.....	6
1.3 Justificación.....	7

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

	Pág.
2.1 Marco teórico.....	10
2.1.1 Antecedentes históricos.....	10
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	24
2.1.3 Fundamentación.....	28
2.2 Marco legal.....	35
2.3 Marco conceptual.....	39
2.4 Hipótesis y variables.....	40

2.4.1 Hipótesis General.....	40
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	40
2.4.3 Variable Independientes y Dependiente.....	41
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	42

**CAPITULO III
MARCO METODOLÓGICO**

	Pág.
3.1 El tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	45
3.2 Población y muestra.....	46
3.2.1 Característica de la población.....	46
3.2.2 Delimitar la población.....	46
3.2.3 Tipo de muestra.....	46
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	46
3.2.5 Proceso de selección.....	47
3.3 Métodos y técnicas.....	47
3.3.1 Métodos teóricos	47
3.3.2 Métodos empíricos	48
3.3.3 Técnica e instrumento.....	48
3.4 El procesamiento estadístico de la información.....	48

**CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

	Pág.
4.1 Análisis de la situación actual.....	49
4.2 Análisis comparativo, evolución tendencia, perspectiva y perspectiva.....	50
4.3 Resultados.....	58
4.4 Verificación de la hipótesis.....	59

**CAPITULO V
PROPUESTA**

	Pág.
5.1 Tema.....	61
5.2 Justificación.....	61
5.3 Fundamentación.....	62
5.4 Objetivos.....	63
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	63

5.4.2 Objetivos específicos.....	63
5.5 Ubicación.....	64
5.6 Factibilidad.....	65
5.7 Descripción de la propuesta.....	66
5.7.1 Actividades.....	91
5.7.2 Recursos análisis financiero.....	98
5.7.3 Impacto.....	109
5.7.4 Cronograma.....	110
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	111
Conclusiones.....	112
Recomendaciones.....	113

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	
PEA.....	9
Cuadro 2.	
Camposantos privados de Quito y Guayaquil.....	29
Cuadro 3.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	50
Cuadro 4.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	51
Cuadro 5.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	52
Cuadro 6.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	53
Cuadro 7.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	54
Cuadro 8.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	55
Cuadro 9.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	56
Cuadro 10.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	57
Cuadro 11.	
Verificación de Hipótesis.....	59
Cuadro 12.	
Barreras de entrada.....	86
Cuadro 13.	
Servicios sustitutos.....	86
Cuadro 14.	
Determinantes de la rivalidad.....	87
Cuadro 15.	
Poder de los compradores.....	87
Cuadro 16.	
Negociación con los proveedores.....	88

Cuadro 17.	
Análisis del sector comercial.....	88
Cuadro 18.	
Matriz FO-FA-DO-DA.....	90
Cuadro 19.	
Precios.....	93
Cuadro 20.	
Activos Fijos.....	98
Cuadro 21.	
Depreciación de los Activos.....	99
Cuadro 22.	
Nómina.....	99
Cuadro 23.	
Gastos.....	100
Cuadro 24.	
Otros gastos generales.....	101
Cuadro 25.	
Costo directo.....	101
Cuadro 26.	
Ingresos mensuales.....	102
Cuadro 27.	
Ingresos anuales.....	103
Cuadro 28.	
Inversión.....	103
Cuadro 29.	
Financiamiento.....	104
Cuadro 30.	
Tabla de amortización.....	104
Cuadro 31.	
Estado de pérdida y ganancia.....	105

Cuadro 32	
Flujo de caja.....	106
Cuadro 33	
Balance general.....	107
Cuadro 34	
Índices financieros.....	107
Cuadro 36	
Razones de liquides.....	108

ÍNDICE DE GRÁFICO

Grafico 1.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	50
Grafico 2.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	51
Grafico 3.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	52
Grafico 4.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	53
Grafico 5.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	54
Grafico 6.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	55
Grafico 7.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	56
Grafico 8.	
Encuesta realizada a La ciudadanía Milagreña.....	57

INDICE DE FIGURA

Figura 1.	
Imagen del cementerio de Milagro.....	3
Figura 2.	
Imagen de la inexistencia de áreas verdes en el cementerio de Milagro.....	4
Figura 3.	
Imagen de las bóvedas destruidas en el cementerio de Milagro.....	7
Figura 4.	
Imagen de un cofre mortuario destruido en los caminos del cementerio.....	8
Figura 5.	
Imagen del cantón Milagro.....	12
Figura 6.	
Imagen de resultados Censo de Población del 2010.....	13
Figura 7.	
Imagen de tasa de mortalidad por regiones del Ecuador.....	14
Figura 8.	
Imagen de Muertes Maternas por Regiones de Residencia.....	14
Figura 9.	
Imagen de Defunciones Generales por Grupos de Edad y Sexo.....	15
Figura 10.	
Imagen de resultados Censo de Población del 2010.....	15
Figura 11.	
Imagen de Muertes Maternas por Grupos de Edad.....	16
Figura 12.	
Imagen de Defunciones por auto identificación étnica y sexo.....	16
Figura 13.	
Imagen de Estadísticas Causas de Mortalidad General 2010-2011.....	17
Figura 14.	
Imagen de Principales Causas de Mortalidad General 2010-2011.....	17
Figura 15.	
Imagen de Principales Causas de Mortalidad Masculina 2010-2011.....	18
Figura 16.	
Imagen de Principales Causas de Mortalidad Femenina 2010-2011.....	18

Figura 17.	
Imagen de Tasa de Mortalidad por provincia 2011.....	19
Figura 18.	
Imagen de Tasa de Mortalidad Infantil por provincia 2011.....	19
Figura 19.	
Imagen de la Evolucion Tasa de Mortalidad General 2002-2011.....	20
Figura 20.	
Imagen del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.....	20
Figura 21.	
Imagen ciudad de Guayaquil.....	32
Figura 22.	
Imagen ciudad de Cuenca.....	33
Figura 23.	
Imagen ciudad de Ambato.....	33
Figura 24.	
Imagen de la ciudad de Quito.....	34
Figura 25.	
Mapa de ubicación del camposanto.....	64
Figura 26.	
Logotipo de la empresa.....	66
Figura 27.	
Organigrama estructural.....	69
Figura 28.	
Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	85
Figura 29.	
Parte posterior del típtico.....	95
Figura 30.	
Parte inferior del díptico.....	63

RESUMEN

El desarrollo de este proyecto se enfocó básicamente en satisfacer las necesidades de la ciudadanía milagreña en cuanto a la inexistencia de un camposanto que ofrezca servicios exequiales a precios adecuados a la mayoría de la población de la ciudad, esta propuesta que parte de la observación de la problemática que afronta la población por falta de este tipo de servicios, y en el caso del camposanto el cementerio municipal está saturado y bajo una mínima iniciativa debería remodelarse. Esta situación es analizada y evidenciada en los cuatro capítulos iniciales que no hacen más que corroborar la situación problema en la ciudad. Los elementos teóricos son aquellos que los aporta principalmente la constitución de la República del Ecuador en cuanto al Buen Vivir, en tal sentido el desarrollo de las ciudades debe contemplar este tipo de necesidades de la población. El propósito del estudio es sentar las bases para realizar una propuesta que permita la solución del problema planteado. El método aplicado es cuantitativo ya que hemos requerido información de la población para corroborar los elementos que son parte del problema a través del uso de encuestas, en tal sentido se beneficiaría toda la población. Como conclusión general podemos señalar que tal ciudad requiere de estos espacios en el corto plazo y como recomendación se debe tomar este aporte desde el ámbito universitario en la solución de los problemas de la comunidad.

ABSTRACT

The development of this project focused primarily on meeting the needs of citizens milagreña about the lack of a cemetery that offers funeral services at appropriate prices to most of the population of the city, this proposal starts from the observation of the problems faced by the population due to lack of such services, and in the case of the municipal cemetery graveyard is saturated and under minimal initiative should remodel. This situation is analyzed and evidenced in the four initial chapters that do nothing to corroborate the problem situation in the city. The theoretical elements are those that mainly provides the constitution of the Republic of Ecuador regarding the Good Life, in this regard, the development of cities should address these needs of the population. The purpose of the study is to lay the groundwork for a proposal to the solution of the problem. The method used is quantitative as we required information to corroborate population elements that are part of the problem through the use of surveys. As a pioneering work in this area in terms of the needs of the city constitutes a contribution to the decisions made by both private and public entities, the latter because it is an obligation of the municipality since not all citizens have the resources to opt for private offerings in this regard would benefit the entire population. As a general conclusion we can say that this city requires these spaces in the short term and as a recommendation to take this contribution from the university in solving community problems.

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Milagro según la vigente distribución territorial del país es la capital de la quinta zona, esta decisión se tomó por varios aspectos entre ellos su población es de 166,634 según datos del INEC ¹, el crecimiento productivo en el sector agroindustrial y comercial y por ser una zona de gran tránsito de mercancías que se distribuyen a todo el país. El crecimiento poblacional no necesariamente ha estado vinculado al crecimiento de los servicios básicos de manera que se viene padeciendo de serios déficit en infraestructura, uno de estos aspectos sin ser el más importante es de relevancia para la ciudad, es el disponer de un camposanto que cumpla con los mínimos requerimientos, el cementerio que actualmente dispone la ciudad está saturado y no permite sepultar un difunto más por tales condiciones. Esto nos motivó a investigar esta problemática la misma que se corrobora a través de las encuestas determinando que el 93% de la población observa como una necesidad primordial, ya que como una ciudad en crecimiento San Francisco de Milagro debe contar con espacios adecuados para que los ciudadanos sepulten a sus seres queridos. Esta es una necesidad que históricamente ha sido atendida por los gobiernos locales pero que a falta de estos ha sido la empresa privada la que ha asumido la atención de esta necesidad a través de esquemas empresariales en los que como es natural es la búsqueda de utilidades. Nosotros consideramos que en la búsqueda de generar equilibrios ya que toda la población no puede acceder a servicios exequiales privados, es necesaria la intervención municipal. En atención a la problemática estudiada hemos propuesto la creación o desarrollo de un proyecto para camposanto y servicios exequiales en la ciudad con el fin de atender a toda la población considerando los estándares que deben cumplirse en función del desarrollo urbano de la ciudad, beneficiando directamente a toda la población de la misma.

El aporte práctico de esta investigación es que se busca resolver un problema del día a día de la población que consideramos tiene una solución viable con a portes mínimos de la ciudadanía.

¹ <http://www.inec.gov.ec/estadisticas/2011/09/01>

El proyecto presenta una diversidad de información respecto al tema propuesto, localmente no existen investigaciones relacionadas, pero para otras ciudades del país se han desarrollado este tipo de proyectos. Consideramos además, que el financiamiento se lo puede conseguir. La investigación se presenta de la siguiente forma, en el capítulo I, donde se estableció el planteamiento de los problemas, subproblemas, delimitación y la evaluación del mismo. También encontramos los objetivos generales y específicos que contienen detallados los logros y beneficios que se alcanzó con el desarrollo del mismo. La justificación expresa información veraz sobre el tema planteado.

En el segundo capítulo se refleja el marco teórico, donde pone en manifiesto que nuestro proyecto es auténtico. En su fundamentación científica se describen aspectos relevantes relacionados con el tema de estudio.

El tercer capítulo, se refiere al diseño de la investigación el cual es de campo y bibliografía que permitió definir claramente el problema a través de los diferentes métodos y técnicas aplicadas.

En el cuarto capítulo, se analizó la información obtenida en el proceso de encuesta, donde el grupo objetivo fue la ciudadanía perteneciente a la PEA en Milagro, datos que sirvieron para verificar las hipótesis planteadas.

En el capítulo cinco, se plantea la propuesta, en la cual se desarrolló todo lo relacionado a la implementación de un camposanto que incluya servicios exequiales. Esta idea hizo necesario la descripción de los factores internos y externos de la empresa a través del FODA, el mismo que nos da a conocer los aspectos positivos y negativos del negocio que se pretende crear. Con este análisis podemos desarrollar estrategias a través de la matriz FO-FA-DO-DA. Como estudio del mercado se consideró la aplicación de las cinco fuerzas de Michael Porter, en lo relacionado a lo financiero los índices de rentabilidad demostraron la factibilidad económica-financiera de esta idea propuesta. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones de la problemática analizada y la propuesta.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Milagro es un cantón que cuenta con un creciente índice demográfico, se ha enfrentado cambios constantes para lograr ser en la actualidad el segundo cantón más importante en la provincia del Guayas tanto en población como en producción, destacando que en la actualidad es la capital de la quinta zona según el nuevo ordenamiento territorial.

Este sector cuenta con mercado altamente rentable, donde se desarrollan actividades comerciales, industriales, artesanales entre otras, que forman parte de la economía de esta localidad.

Figura 1 Imagen del cementerio de Milagro



Sin embargo también es sujeto de un sin número de problemas que afectan a la ciudadanía, como el no contar con un espacio adecuado para sepultar a sus seres queridos, debido a la inexistencia de terrenos o bóvedas mortuorias en el cementerio municipal, lo cual ha dado lugar a que la empresa privada aproveche esta necesidad ofreciendo a los habitantes servicios exequiales con altos costos que no se ajustan a los ingresos y necesidades de los pobladores.

La ausencia de un nuevo cementerio municipal originada por el desinterés de las autoridades competentes del cantón, ha contribuido a que los habitantes sepulsen a sus familiares en cementerios fuera de este perímetro, debido a la saturación de los terrenos mortuorios en el actual cementerio de Milagro, donde las personas han tenido que ubicar a sus seres queridos junto con otros, generándose problemas de usurpación de bóvedas, ventas ilícitas de nichos, aspectos que han motivado la inconformidad de la población milagreña.

Figura 2 Imagen de la inexistencia de áreas verdes en el cementerio de Milagro



Actualmente el cantón cuenta con un cementerio privado que pone a disposición de la ciudadanía servicios exequiales a altos costos, donde las personas se ven en la necesidad de acceder a estas ofertas por el motivo de no contar con un lugar donde

sepultar a sus parientes, a pesar de que esta localidad cuenta con suficiente terreno a su alrededor suficiente para crear un nuevo camposanto.

1.1.2 Delimitación del problema.

ESPACIO

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Social

Área: Prestación de Servicios

Universo: Población de Milagro y cantones aledaños

Esta investigación se realizará en el cantón Milagro y sectores aledaños los mismos que facilitarán la información necesaria para el estudio de la problemática presentada y para determinar los elementos que permitan validar las hipótesis y plantear una posible solución.

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera afecta a la ciudadanía milagreña el no contar con un espacio adecuado para sepultar a sus familiares?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cómo influye la falta de un nuevo camposanto privado que brinde servicios exequiales con precios menores a los de la empresa privada?

¿De qué manera incide en la economía de la ciudadanía milagreña los altos precios de los servicios exequiales que ofrece la empresa privada?

¿De qué manera influiría el desarrollo de un proyecto de construcción de un nuevo camposanto que ofrezca servicios exequiales a precios accesibles para la ciudadanía del cantón Milagro?

1.1.5 Determinación del tema

“Estudio de la existencia de espacios adecuados como camposantos en la ciudad de Milagro”

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Realizar una investigación exhaustiva del cantón Milagro sobre las necesidades de un espacio adecuado para sepultar a los familiares de los habitantes del cantón, mediante la utilización de técnicas investigativas, con la finalidad de establecer información veraz que ayude a buscar las soluciones más acertadas a la problemática planteada.

1.2.2 Objetivos Específicos

- ❖ Analizar las causas que han incidido en la falta de un nuevo camposanto privado en el cantón Milagro y como esto influye en el crecimiento de la única empresa privada.

- ❖ Determinar los factores que influyen en la economía de los milagreños la presencia de los altos costos que ofrece la empresa privada.

- ❖ Analizar la creación de un nuevo camposanto privado que brinde servicios exequiales a costos accesibles en el nivel de aceptación de la ciudadanía.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica por el alto índice de crecimiento de la población y por tanto crece también el índice de mortalidad que ha saturado el cementerio municipal del cantón, es de conocimiento de todos los milagreños que el actual camposanto público no cuenta con terreno para la construcción de bóvedas, motivo por el cual la empresa privada ha visto como un negocio fructífero el ofrecer solares y servicios exequiales a los habitantes de este sector y de su área de influencia.

Cabe mencionar que en el actual cementerio existen bóvedas destruidas, tal como se indica en la siguiente imagen.

Figura 3 Imagende las bóvedas destruidas en el cementerio de Milagro



En la actualidad el mercado de los servicios exequiales es un negocio que va en crecimiento debido a que los municipios no logran atender las necesidades de la población para sepultar a sus difuntos, bajo estas circunstancias la empresa privada ofrece un sin número de servicios, pero con altos precios, y que por necesidad o situaciones inesperadas en la vida de las personas, se presenta la necesidad de incurrir en este tipo de gastos.

Se conoce que el cementerio municipal tiene una administración que ha sido la encargada de vender estos bienes inmuebles (terrenos), o el alquiler de bóvedas, acción que ya no se ha realizado debido a la inexistencia de las mismas, generándose una inconformidad en la ciudadanía milagreña por esta clase de desatención.

Figura 4.Imagen de un cofre mortuario destruido en los caminos del cementerio.



A más del cementerio municipal existe un camposanto llamado Jardines La Esperanza Cautisa S.A., que ofrece lotes de terreno con servicios exequiales a la sociedad Milagreña y de sectores aledaños a precios que no se ajustan a la economía de gran parte de la ciudadanía. Esta situación se da puesto que este cantón no cuenta con un cementerio con espacios adecuados donde las personas puedan acceder a sus requerimientos sin tener que recurrir a la empresa privada. Además debemos considerar que el espacio asignado para el cementerio es el mismo de hace 40 años, sin tomar en cuenta el crecimiento de la población.

Para el estudio se aplicara un instrumento que permita recoger la información cuantitativa como es la encuesta para la obtención de información veraz sobre la problemática planteada, para lo cual se considerara a la población económicamente activa. A continuación se presenta un cuadro con la PEA.

Cuadro .1 PEA

DETALLE	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y más	Total
Directores y gerentes	-	-	5	81	138	166	170	144	167	117	83	55	32	12	12	5	2	-	-	-	1189
Profesionales científicos e intelectuales	-	-		304	603	541	476	511	529	491	418	214	75	17	10	3	-	-	-	-	4192
Técnicos y profesionales del nivel medio	-	-		259	388	351	263	211	174	118	78	33	23	9	3	1	-	-	-	-	1911
Personal de apoyo administrativo	-	10	220	627	648	484	375	252	243	224	125	74	24	16	11	-	1	-	-	-	3334
Trabajadores de los servicios y vendedores	5	81	781	1589	1877	1822	1652	1427	1329	957	754	517	322	178	97	37	16	1	-	-	13442
Agricultores y trabajadores calificados	-	-	78	222	293	292	317	326	339	309	289	229	227	135	98	46	13	4	1	-	3218
Oficiales, operarios y artesanos	-	54	516	888	925	946	864	833	878	609	492	281	165	58	24	8	4	-	-	-	7545
Operadores de instalaciones y maquinaria	-	-	96	402	549	626	602	554	567	469	305	208	103	38	11	2	-	-	-	-	4532
Ocupaciones elementales	10	228	1542	2045	2096	2106	1973	1713	1560	1195	1011	722	504	258	128	58	9	2	-	-	17160
Ocupaciones militares	-	-		25	61	68	45	55	39	12	5		1								311
no declarado	61	128	370	663	640	633	660	500	598	397	350	260	162	106	46	28	12	1	-	-	5615
Trabajador nuevo	4	54	535	714	509	358	265	244	184	152	123	15									3157
Total	80	555	4143	7819	8727	8393	7662	6770	6607	5050	4033	2608	1638	827	440	188	57	8	1	-	65606

Fuente: Ilustre Municipio de Milagro

El estudio investigativo se enfocará a las necesidades de los ciudadanos milagreños para la adquisición de un lote fúnebre. Por tales razones se puede considerar un estudio factible que beneficie a la población milagreña.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

“El cantón Milagro está ubicado en la Provincia del Guayas, a 35 kilómetros de Guayaquil, a la orilla derecha de su río de su mismo nombre, forma parte de la división política del Ecuador, desde el 17 de septiembre de 1913, cuando se convirtió en Cantón.

Milagro tiene un capítulo especial dentro de la historia ecuatoriana por sus tradiciones, las que han venido transmitiéndose de generación en generación.

El Cantón Milagro está dividido en cuatro parroquias urbanas: Parroquia Camilo, Parroquia Chirijo, Parroquia Enrique Valdez, Parroquia Ernesto Seminario. Además es una de las más importantes del litoral ecuatoriano, se halla asentada en tres haciendas convergentes Valdez Milagro y San Miguel. En la ciudad de Milagro, es de admitir su crecimiento poblacional, y una serie de ciudadelas que adornan y completan el marco atractivo de urbe progresista.²

En tiempos pasados lo que hoy es San Francisco de Milagro fue habitada por numerosas poblaciones aborígenes pertenecientes a la cultura Cayapa – Colorado, que ocupaba, además, las jurisdicciones de lo que hoy es la provincia de Los Ríos y Guayas. En la zona de Milagro, esta cultura estaba integrada por parcialidades aborígenes como los Belines, chobo, Chilintomos, Yaguaches y Boliches.

²<http://www.trenandino.org/rehabilitaciondeltren/milagro.php>

Según la leyenda, el nombre de Milagro se debe a un acontecimiento muy curioso ocurrido en el año 1786. En ese tiempo llegó a la zona del tambo Chirijo un ex funcionario de la Real Audiencia de Quito, Don Miguel de Salcedo, con su esposa María de Salcedo, quien a los pocos días cayó enferma de paludismo, viendo que no mejoraba, su esposo inició una novena en honor a San Francisco de Asís, al tiempo que empezó un tratamiento a base de raíces de Zaragoza y quinua que le entregó un indio nativo asegurándole que tenían virtudes de curación.

Transcurrieron los días y Doña María de Salcedo se recuperó totalmente, por lo que Don Miguel de Salcedo, en agradecimiento al “Milagro” por la novena ofrecida a San Francisco de Asís, solicitó al Gobernador de la Provincia de Guayaquil, que en ese lugar se fundara una villa con el nombre de San Francisco del Milagro, pedido que no tuvo respuesta, pero que desde entonces lleva dicha denominación: Milagro. En poco tiempo la población logró un gran desarrollo, sobre todo durante la colonia y los primeros años de la República.

En 1820 pasó a ser recinto de la provincia de Guayaquil, y el 24 de Octubre de 1841 gracias a su desarrollo y crecimiento, sus habitantes reunidos en Asamblea Popular solicitaron su parroquialización.

Don Vicente Rocafuerte, gobernador de la provincia del Guayas, intervino ante el Gobierno del General Juan José Flores y consiguió que el 15 de Octubre de 1842 sea resuelto favorablemente por el gobierno central, el petitorio justo de los ciudadanos de Milagro. Sin embargo, es menester aclarar que el 17 de octubre de 1842 se ubicó jurídicamente al recinto dentro de la categoría de parroquia del Cantón Guayaquil.

En 1874 Milagro cuenta ya con el primer servicio de ferrocarril del país. Para 1883 Milagro había crecido notablemente gracias al establecimiento del Ingenio Valdez y ya se había convertido en una de las poblaciones más prosperas, ricas y productivas de la región, y el 21 de Julio de ese año, al crearse el Cantón Yaguachi, la Convención Nacional lo designó parroquia rural del mismo. Milagro fue elevado a cantón el 17 de septiembre de 1913 en la Presidencia del General Leónidas Plaza Gutiérrez.

Fechas Cívicas e Históricas que debemos recordar 15 de diciembre de 1786: Día de Milagreñismo. Según la leyenda, Don Miguel de Salcedo decide ponerle a su Hacienda el nombre de San Francisco del Milagro.

8 de Noviembre de 1820: Creación del recinto El Milagro 17 de octubre de 1842: Parroquialización de Milagro 12 de febrero de 1895: Día en que Milagro salió en defensa de la Bandera Nacional, primer levantamiento armado en el país, que dio origen al derrocamiento del Gobierno del Dr. Luis Cordero 28 de Julio de 1904: Muerte de Roberto Astudillo en el combate de Torres Causana (Oriente) 17 de Septiembre de 1913: Cantonización de Milagro.

28 de Mayo de 1944: Milagro plegó al movimiento contra la tiranía gobiernista de Arroyo del Rio: 6 de Septiembre de 1960: Día de la Bandera de Milagro. 25 de Octubre de 1963: Día del Himno de Milagro. 20 de Abril de 1965: Día del Escudo de Milagro.

Figura 5 Imagen del cantón Milagro



El Cantón Milagro a través de los años ha ido en una escala ascendente y pasos acelerados en el desarrollo del comercio, la industria y la agricultura. Gracias a los ingenios de Azúcar Valdez y San Carlos ha abastecido durante años con este producto vitales a las ciudades del Ecuador.

Actualmente Milagro cuenta con una infraestructura moderna en sus calles, edificios, instituciones sociales y de beneficencia; es una ciudad pintoresca muy bien arreglada; su suelo fértil se encuentra todo cultivado, hay carias industrias y su comercio es muy activo. En la ciudad existen escuelas, colegios, centros deportivos y culturales. El Cantón Milagro es el mayor productor de piñas que crece en abundancia abasteciendo a los mercados nacionales e internacionales.(TREN ANDINO, 2011)

POBLACION DEL CANTON MILAGRO AL 2001, CON PROYECCION AL 2009 Y RESULTADOS PRELIMINARES 2010

“Lamentablemente pseudos políticos y analistas proporcionaron en ciertos medios de comunicación escrita que la ciudad de Milagro tenía 250.000, después bajaron a 200.000, hoy la realidad es que el **CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010**, son los siguientes:

Imagen 6 Imagen de resultados Censo de Población del 2010

Inicio Censo de Población y Vivienda Censo Nacional Económico Ecuador en OTRAS Geoportal

Viernes, 2 de Septiembre de 2011 español

Usted está aquí: Inicio

Noticias

Somos 14.483.499 de ecuatorianas y ecuatorianos, según el censo

Montubios, indígenas y mestizos participaron en la campaña

Resultados Censo de Población

Provincias: Cantones:

2010

GUAYAS

MILAGRO

Consultar

Total	166.634
Mujeres	83.393
Hombres	83.241

<http://www.inec.gov.ec/estadisticas/>

Derechos Reservados © 2011 | INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS
Dirección: Juan Larrea N15-36 y José Rúaño
1800 08-06-58254-4205 / 252 9650@inec.edu.ec

2011/09/01

Según el VI Censo de Población y V de Vivienda a noviembre del 2001, la población de Milagro tiene:

140.103 habitantes

70.265 hombres

69.838 mujeres

Pero a la misma vez en el periodo 1990-2001, ha crecido a un ritmo de 1.7 de promedio anual, por lo cual al año 2009, la población del Cantón Milagro habría

crecido en un 13.6% en los últimos 8 años, quedando de esta manera su población.”(INEC, 2012)

159.157 habitantes

79.821 hombres

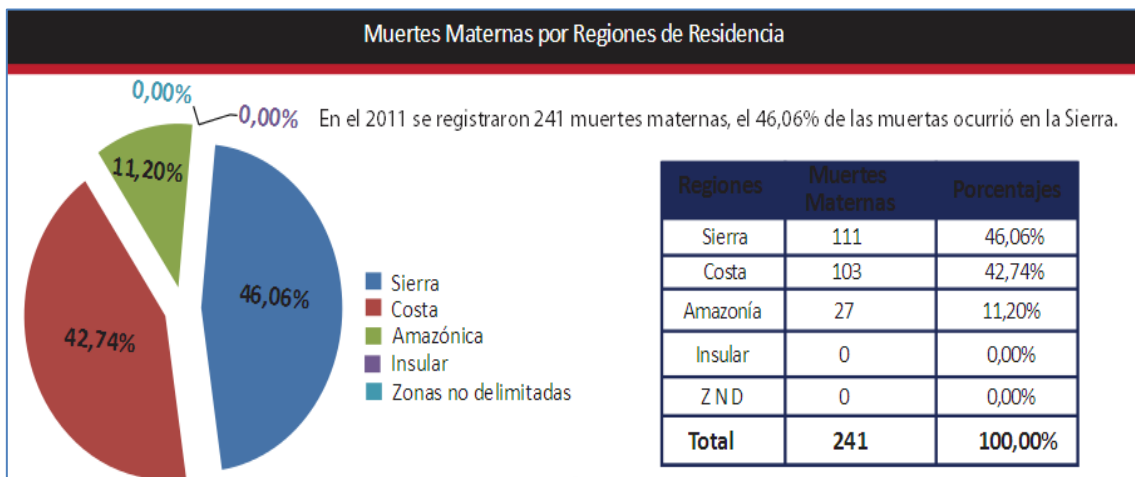
78.336 mujeres

TASA DE MORTALIDAD DEL ECUADOR 2011

Figura 7 Imagen de tasa de mortalidad por regiones del Ecuador



Figura 8 Imagen de Muertes Maternas por Regiones de Residencia³



³http://www.inec.gov.ec/estadisticas_sociales/nac_def_2011/boletin_nf.pdf

Figura 9 Imagen de Defunciones Generales por Grupos de Edad y Sexo

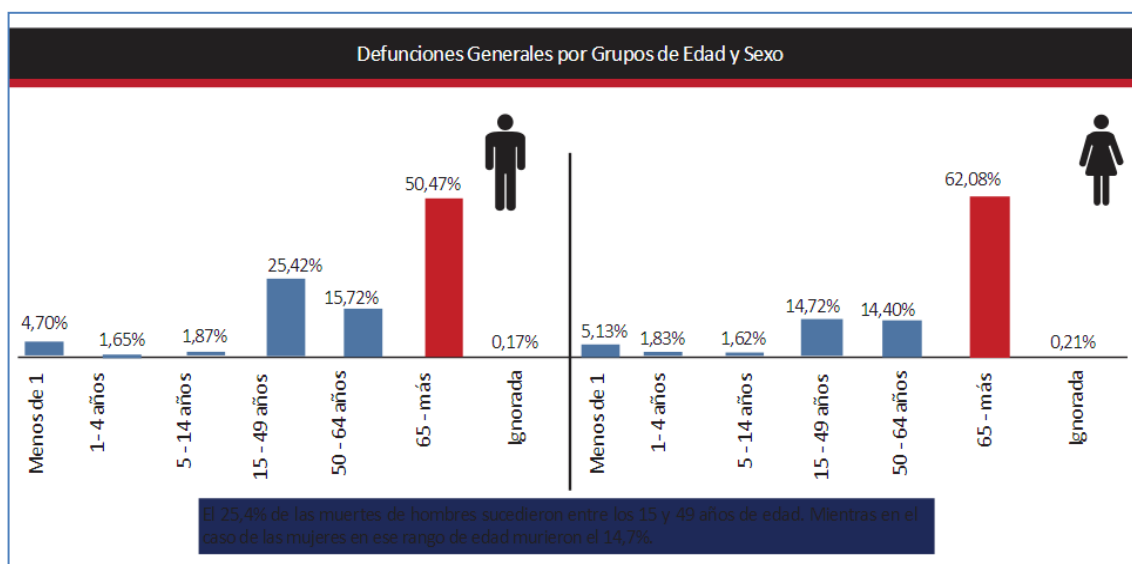


Figura 10 Imagen de Defunciones Fetales por Semanas de Gestación y Sexo

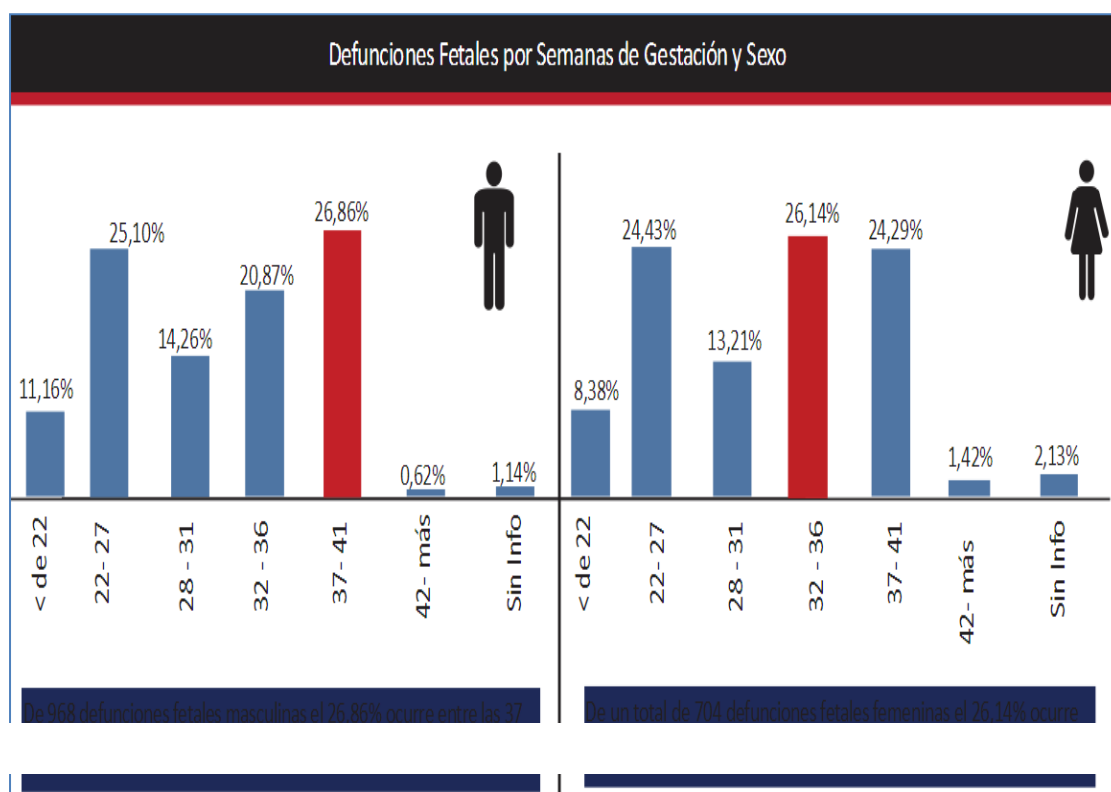


Figura 11 Imagen de Muertes Maternas por Grupos de Edad

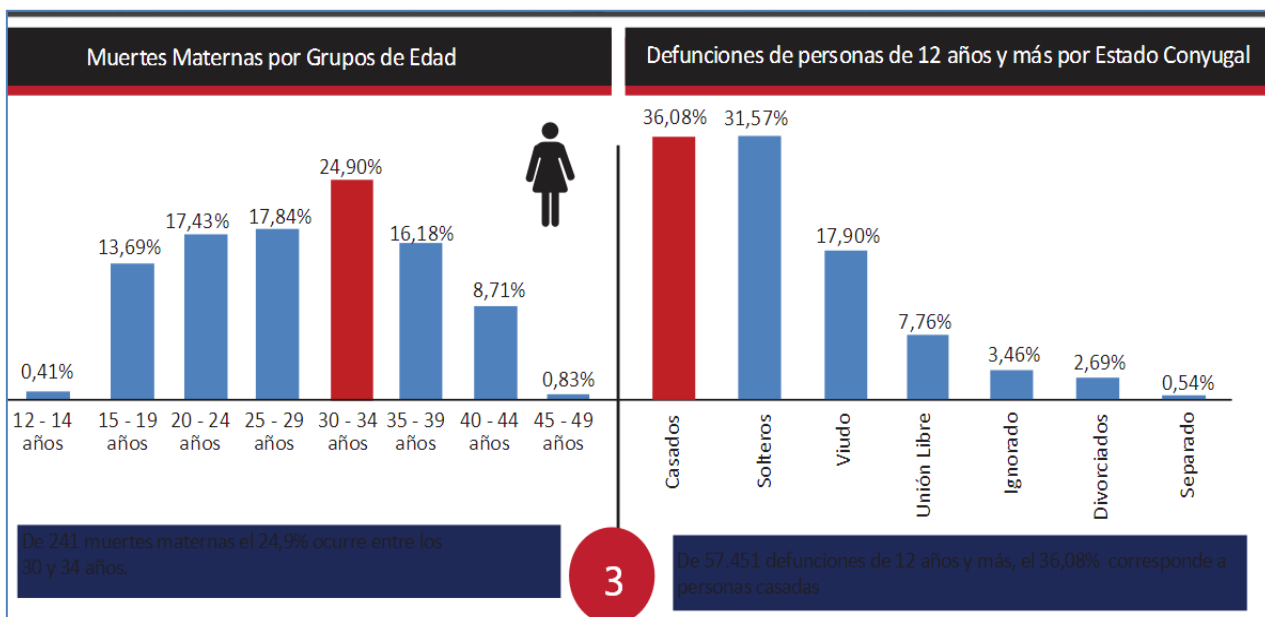
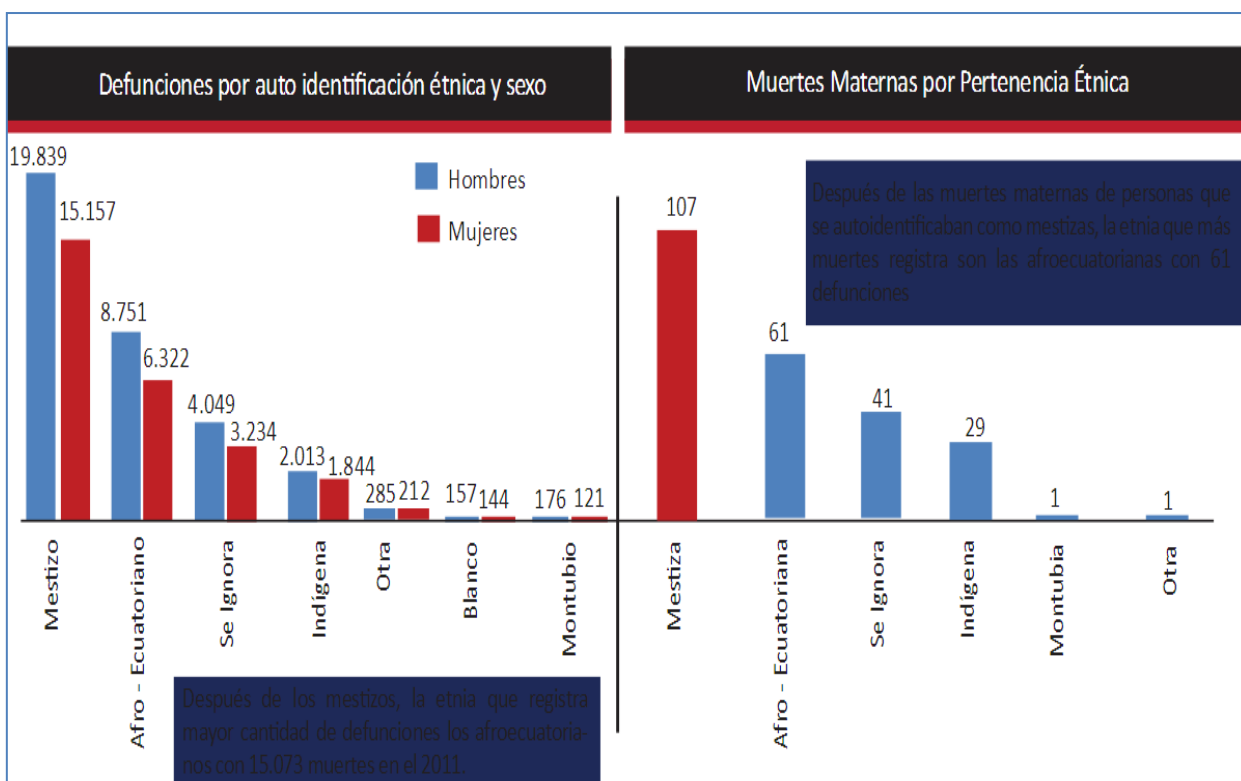


Figura 12 Imagen de Defunciones por auto identificación étnica y sexo.



⁵http://www.inec.gov.ec/estadisticas_sociales/nac_def_2011/boletin_nf.pdf

Figura 13 Imagen de Estadísticas Causas de Mortalidad General 2010-2011

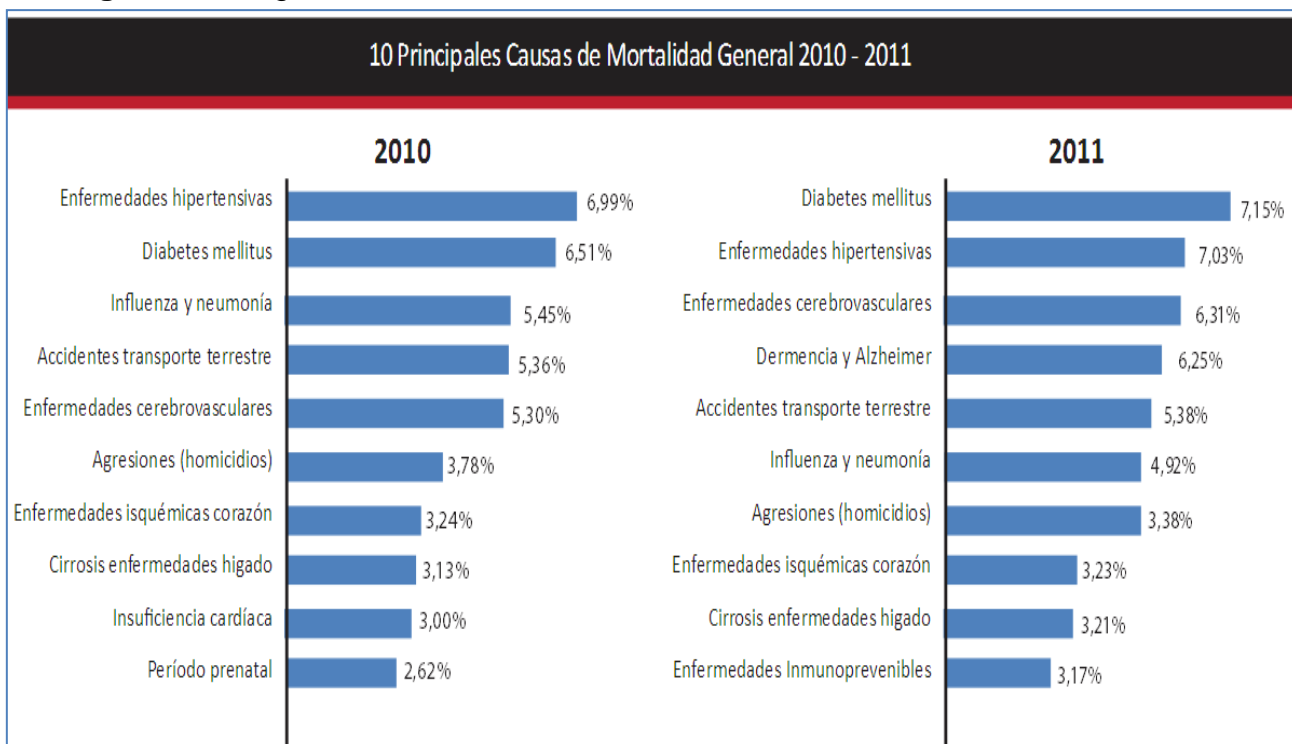


Figura 14 Imagen de Principales Causas de Mortalidad General 2010-2011⁶

10 Principales Causas de Mortalidad General 2010 - 2011

Total Defunciones Generales 2010		61.681	
Orden	Causas de Muerte	Número	%
1	Enfermedades hipertensivas	4.039	6,99%
2	Diabetes mellitus	4.017	6,51%
3	Influenza y neumonía	3.361	5,45%
4	Accidentes transporte terrestre	3.304	5,36%
5	Enfermedades cerebrovasculares	3.269	5,30%
6	Agresiones (homicidios)	2.330	3,78%
7	Enfermedades isquémicas corazón	1.998	3,24%
8	Cirrosis enfermedades hígado	1.933	3,13%
9	Insuficiencia cardíaca	1.850	3,00%
10	Período prenatal	1.618	2,62%

Total de Defunciones 2011		62.304	
Orden	Causas de Muerte	Número	%
1	Diabetes mellitus	4.455	7,15%
2	Enfermedades hipertensivas	4.381	7,03%
3	Enfermedades cerebrovasculares	3.930	6,31%
4	Dermencia y Alzheimer	3.894	6,25%
5	Accidentes transporte terrestre	3.351	5,38%
6	Influenza y neumonía	3.067	4,92%
7	Agresiones (homicidios)	2.106	3,38%
8	Enfermedades isquémicas corazón	2.014	3,23%
9	Cirrosis enfermedades hígado	1.997	3,21%
10	Enfermedades Inmunoprevenibles	1.974	3,17%

⁶http://www.inec.gob.ec/estadisticas_sociales/nac_def_2011/boletin_nf.pdf

Figura 15 Imagen de Principales Causas de Mortalidad Masculina 2010-2011

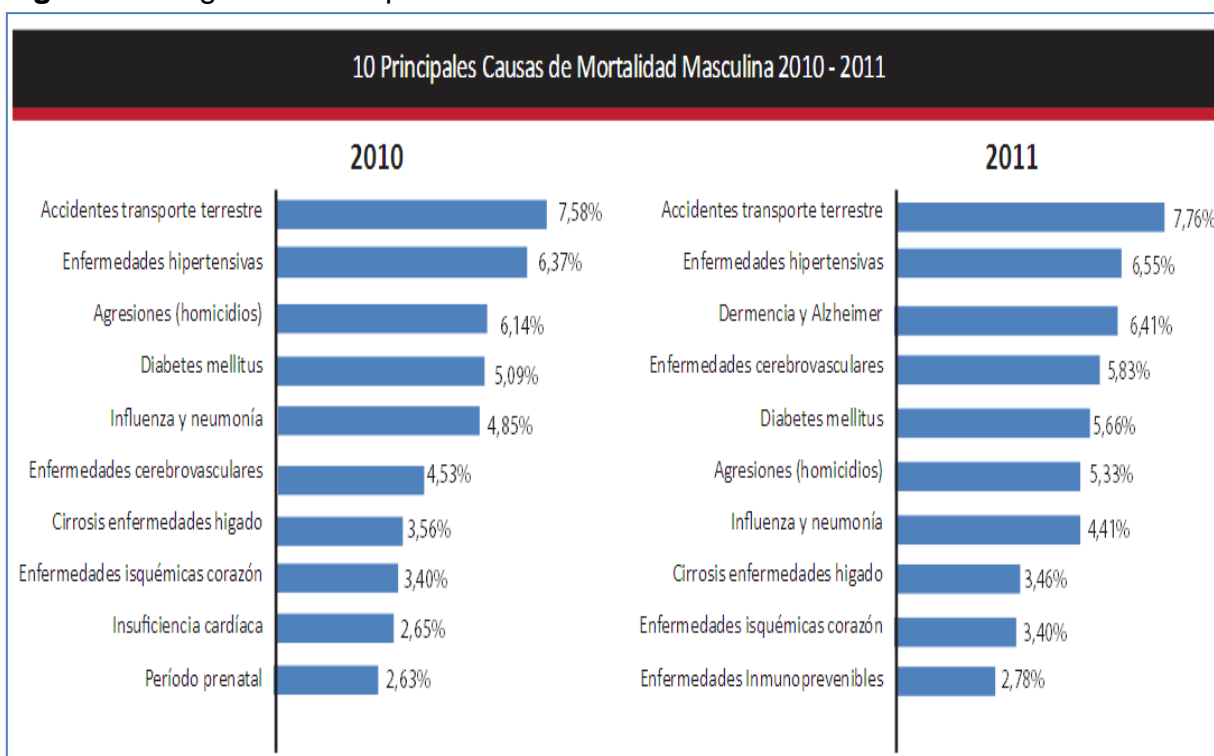
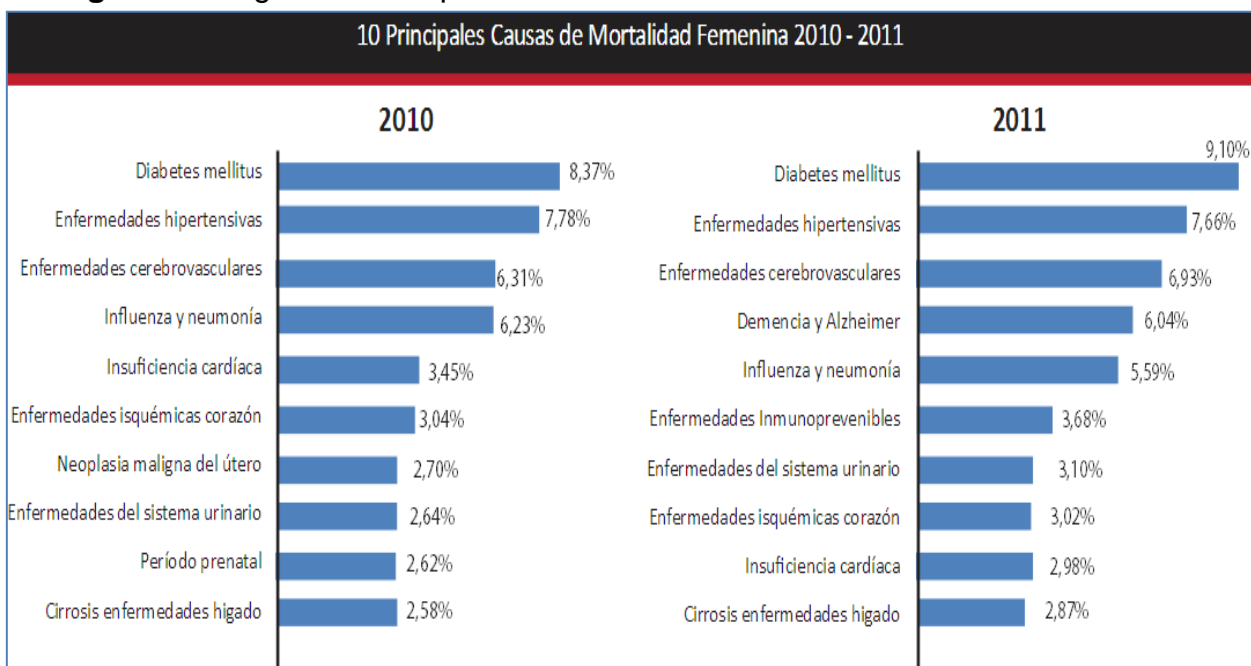


Figura 16 Imagen de Principales Causas de Mortalidad Femenina 2010-2011



7

⁷http://www.inec.gob.ec/estadisticas_sociales/nac_def_2011/boletin_nf.pdf

Figura 17 Imagen de Tasa de Mortalidad por provincia 2011

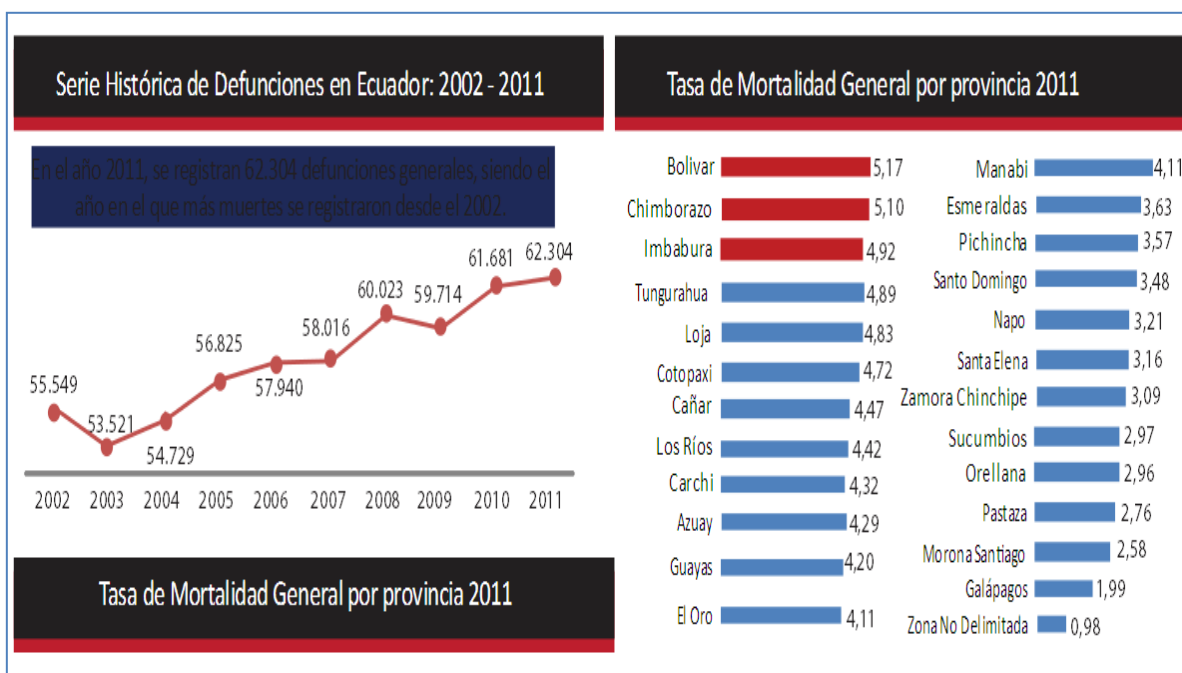
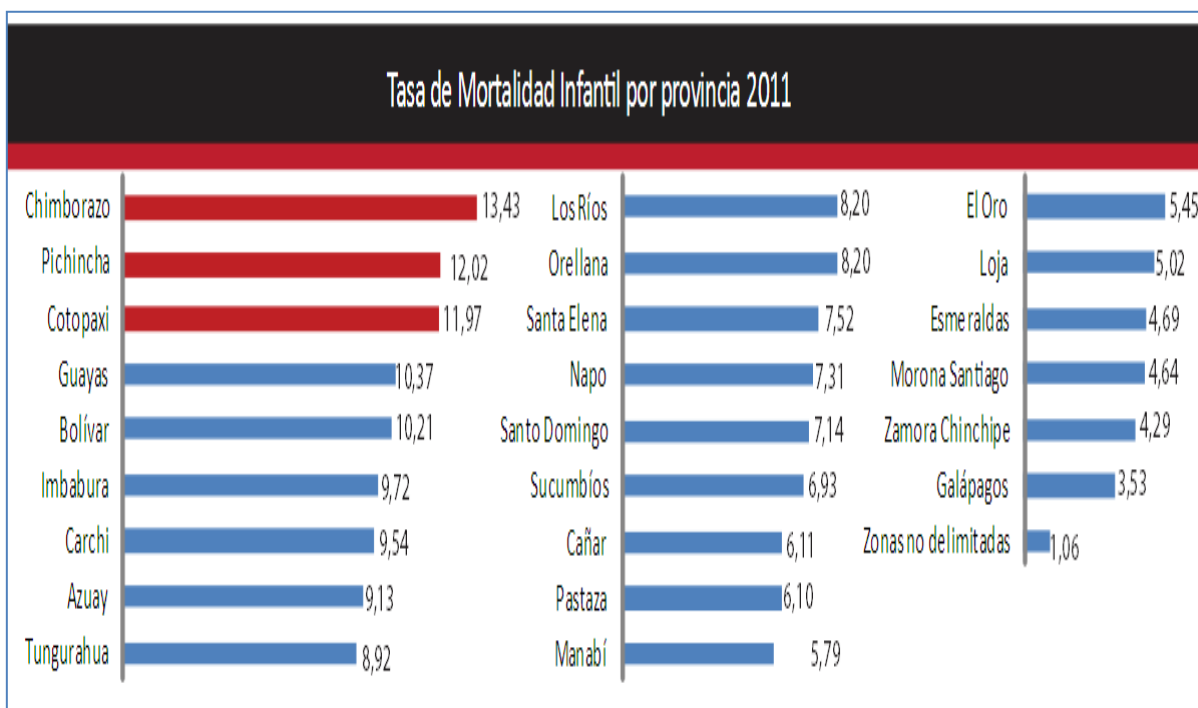


Figura 18 Imagen de Tasa de Mortalidad Infantil por provincia 2011



8

⁸http://www.inec.gob.ec/estadisticas_sociales/nac_def_2011/boletin_nf.pdf

Figura 19 Imagen de la Evolucion Tasa de Mortalidad General 2002-2011

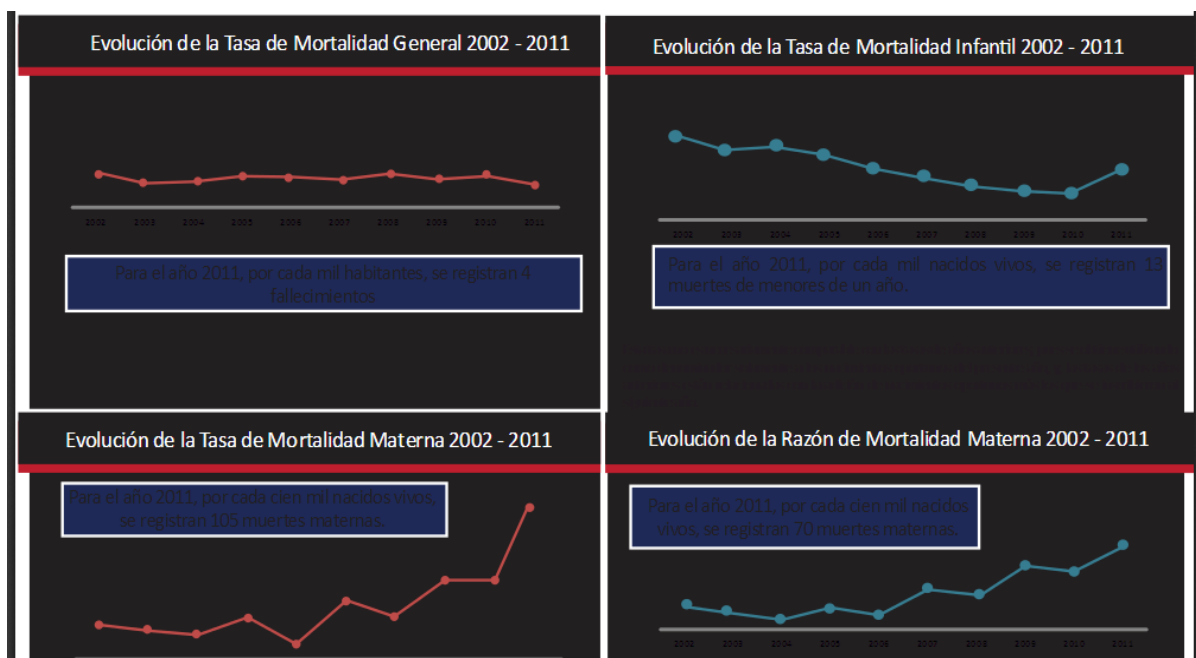


Figura 20 Imagen del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos⁹

INEC
instituto nacional de estadística y censos

Juan Larrea N15-36 y José Riofrío
1800 08-08-08 / 254 4326 / 252 9858
inec@inec.gob.ec
www.inec.gob.ec
www.ecuadorencifras.com

⁹http://www.inec.gob.ec/estadisticas_sociales/nac_def_2011/boletin_nf.pdf

Plan del Buen Vivir

“Objetivo 3:

Mejorar la calidad de vida de la población

La calidad de la vida alude directamente al Buen Vivir en todas las facetas de las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas.

Este concepto integra factores asociados con el bienestar, la felicidad y la satisfacción individual y colectiva, que dependen de relaciones sociales y económicas solidarias, sustentables y respetuosas de los derechos de las personas y de la naturaleza, en el contexto de las culturas y del sistema de valores en los que dichas personas viven, y en relación con sus expectativas, normas y demandas.

Este objetivo propone acciones públicas, con un enfoque intersectorial y de derechos, que se concretan a través de sistemas de protección y prestación de servicios integrales e integrados.

En estos sistemas, los aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales se articulan con énfasis en los grupos de atención prioritaria, los pueblos y nacionalidades.

El mejoramiento de la calidad de vida es un proceso multidimensional y complejo, determinado por aspectos decisivos relacionados con la calidad ambiental, los derechos a la salud, educación, alimentación, vivienda, ocio, recreación y deporte, participación social y política, trabajo, seguridad social, relaciones familiares y personales.

Las condiciones de los entornos en los que se desarrollan el trabajo, la convivencia, el estudio y el descanso, y la calidad de los servicios e instituciones públicas, tienen incidencia directa en la calidad de vida, entendida como la justa y la equitativa redistribución de la riqueza social.

Políticas

- 3.1. Promover partes de vida saludable en la población.
- 3.2. Fortalecer la prevención, el control y la vigilancia de la enfermedad, y el desarrollo de capacidades para describir, prevenir y controlar la morbilidad.
- 3.3. Garantizar la atención integral de salud por ciclos de vida, oportuna y sin costos para las y los usuarios, con calidad, calidez y equidad.
- 3.4. Brindar atención integral a las mujeres y a los grupos de atención prioritaria, con enfoque de género, generacional, familiar, comunitario e intercultural.
- 3.5. Reconocer, respetar y promover las prácticas de medicina ancestral y alternativa y el uso de sus conocimientos, medicamentos e instrucciones.
- 3.6. Garantizar vivienda y hábitat dignos, seguros y saludables, con equidad, sustentabilidad y eficiencia.
- 3.7. Proporcionar condiciones de seguridad humana y confianza mutua entre las personas en los diversos entornos.

Metas

- 3.1.1 Triplicar el porcentaje de la población que realiza actividad física más de 3.5 horas a la semana al 2013.
- 3.1.2 Reducir al 5% la obesidad en escolares al 2013.
- 3.2.1 Reducir la incidencia de paludismo en un 40% al 2013.
- 3.2.2 Disminuir a 4 la razón de letalidad del dengue hemorrágico al 2013.
- 3.2.3 Reducir un 25% la tasa de mortalidad por tuberculosis por enfermedades causadas por mala calidad del agua al 2013.

3.2.6 Reducir en un 18% la tasa de mortalidad por neumonía o influenza al 2013.

3.3.1 Aumentar al 70% la cobertura de parto institucional público al 2013.

3.3.2 Aumentar a 7 la calificación del funcionamiento de los servicios de Salud Pública al 2013

3.4 Reducir en 25 % el embarazo adolescente al 2013.

3.4.2 Disminuir en 35% la mortalidad materna al 2013.

3.4.3 Reducir en un 35% la mortalidad neonatal precoz al 2013.

3.6.1 Disminuir en un 33% el porcentaje de hogares que viven en hacinamiento al 2013.

3.6.2 Alcanzar el 80% de las viviendas con acceso a servicios de saneamiento al 2013.

3.6.3 Disminuir a 35% el porcentaje de hogares que habitan en viviendas con características físicas inadecuadas al 2013.

3.6.4 Disminuir a 60% el porcentaje de viviendas con déficit habitacional cualitativo al 2013.

3.7.1 Revertir la tendencia creciente de los delitos hasta alcanzar el 23% al 2013.

3.7.2 Aumentar a 7 la calidad del servicio de la Policía Nacional según los usuarios al 2013.”(SENPLADES, 2008)¹⁰

¹⁰SENPLADES. OBJETIVO 3 PLAN DEL BUEN VIVIR. Extraído el 13 de diciembre del 2012.
<http://plan.senplades.gob.ec/fundamento3>

2.1.2 Antecedentes referenciales

Como se observa en esta referencia la creación de cementerio es una necesidad no solo para este cantón sino para otras partes de Ecuador, esta clase de proyectos de ejecutarse traería plazas de trabajos que incrementarían la economía.

“Institución: ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO

Tema: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION Y EJECUCION DE UN CAMPO SANTO PRIVADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”

Autor: JORGE AUGUSTO MORALES OSORIO

Fecha: LATACUNGA, OCTUBRE DEL 2008

Resumen: El presente proyecto estará dirigido aquellas personas que deseen ofrecer otra forma de honrar y recordar a sus seres queridos mediante una nueva propuesta que se está implantando ya en la actualidad de un Campo Santo Privado. El proyecto se desarrolla ante la necesidad de tener una alternativa diferente a las que ya existen en la actualidad, como se observa en la ciudad de Latacunga los cementerios muestran la falta de espacio para recibir restos mortales. Por ello queremos ponernos a la disposición de todos los ciudadanos de la localidad, para ayudarles en todas las cosas que estimen oportunas, asesoramiento calificado de servicios exequiales que se precisen convenientes con una excelente calidad que un acto de esta naturaleza lo requiere. El concepto de cementerio ha cambiado actualmente por una concepción más digna; es así que a continuación mencionamos algunos conceptos referentes a lo que es un Campo Santo Privado:

1. Un predio verde y rebosante de naturaleza, donde la armonía, el recuerdo y la belleza una al recuerdo de nuestros seres queridos.
2. Un lugar donde honra con un ambiente natural de gran belleza a los familiares y amigos que han partido.

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

Funeraria.

Crematorio.

Traslado.

Carroza fúnebre.

Sepultura.

Venta de ataúdes.

Contratación de arreglos florales.

Tanatopraxia.

Terreno con escritura pública.

Mantenimiento a perpetuidad.

Vigilancia las 24 horas.

Servicio de lujo dentro y fuera del Campo Santo.

Sistemas de financiamiento.

Cómodas cuotas mensuales.

Asesoría profesional.

Sala de velación.

Servicio de cafetería.

Floristería.

Trámites Legales.

Libro de condolencias.

En la actualidad lo que buscan las personas es facilitar todas las actividades que se realizan en un acontecimiento de esta naturaleza, en aquellos momentos lo que menos se dispone es de tiempo, por lo que nuestro servicio sería el encargado de realizar en forma completa el servicio de funeraria y traslado de acuerdo a sus expectativas y posibilidades económicas. El sector de servicios funerarios había sufrido cambios en su estructura como consecuencia de las variaciones producidas en su entorno. Los cambios en los valores y la cultura, sobre todo en núcleos urbanos, han provocado el surgimiento de una demanda de un servicio integral, con ofertas de servicios complementarios, cuyos canales de operatividad son la calidad y el trato personalizado. Esta evolución de la demanda es lo que puede dar una oportunidad a una empresa de este tipo, cuyo fin sería ofrecer servicios de alta calidad, de manera integral (con todos los servicios) en los momentos de mayor necesidad de sus clientes.¹¹(MORALES OSORIO, 2011)

El tema central de la presente tesis se encuentra enmarcado en el desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación de un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja, debido a que el cementerio actual presenta problemas, al igual que la anterior referencia la creación de estos camposantos representan beneficios para un sector o población y su entorno.

“Tema: Estudio de factibilidad para la creación del centro de un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja.

Autor: Haro Haro, Mayra Fernanda

Fecha: 2009

Resumen: La realización de este trabajo intenta brindar una alternativa a la población descontenta, donde el único propósito será el de brindar un buen servicio, considerando que el cementerio es la historia e imagen de un pueblo, aún más por

¹¹MORALES OSORIO, JORGE AUGUSTO. “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y EJECUCIÓN DE UN CAMPO SANTO PRIVADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”. Extraído el 2 septiembre del 2012 <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4296/1/T-ESPEL-0537.pdf>

ser una ciudad de reciente creación, es importante remitirse a realizar un breve análisis de la situación a nivel nacional y particularmente de la ciudad de Nueva Loja. El cementerio actual presenta problemas, tanto en su infraestructura, como en su organización, mantenimiento de bóvedas y tumbas, ya que al momento de su construcción no tuvo un adecuado estudio del terreno, puesto que este es un suelo pantanoso y el área está ocupada en su totalidad, lo que está ocasionando que las sepulturas se realicen sobre lotes ya ocupados. Para determinar la factibilidad comercial se desarrolló un estudio de mercado, en el cual se consideró como actores principales a la población económicamente activa de la ciudad, donde la aceptación de la creación de esta nueva empresa fue expresada claramente.

El Diagnóstico de mercado permitió definir la demanda real del servicio que se captará donde el 70% de usuarios del servicio están dispuestos a adquirir los servicios exequiales y de inhumación, es decir un total de 159 personas adquirirán el servicio en el primer año. Se consideraron también varios factores relevantes que ayudaron a establecer el lugar apto para la localización del Campo Santo, así como también determinar el proceso que conlleva a ofrecer servicios exequiales y de inhumación en el mismo. A través de este proyecto, se estableció el monto de inversión necesaria, basándose en cotizaciones de empresas proveedoras de materiales, maquinaria y equipo que se requiere para poner en marcha el proyecto de factibilidad.

El valor total de la inversión es de 340.179,18 dólares. A través de la evaluación financiera se ha obtenido un VAN de \$201.263,42 y una TIR de 25,85% siendo esta mayor a la tasa de descuento obtenida por lo que es aceptable el proyecto, además que el período de recuperación del capital es de 3 años, 5 meses y 14 días. Y el análisis de sensibilidad indica que el proyecto soporta el incremento en los costos del 11.06% y la disminución de los ingresos del 9.21%, los mismos que demostraron la viabilidad del proyecto. Con el uso de un conjunto de herramientas técnicas, financieras y administrativas aplicadas al desarrollo del mismo se demostró la factibilidad del proyecto”(HARO HARO, 2011)¹²

¹²HARO HARO, Mayra Fernanda. Estudio de factibilidad para la creación del centro de un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja. Extraído el 14 de diciembre del 2012. <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/1248>

2.1.3 Fundamentación

“Situación Actual de los Campos Santos en el país

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

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

Hay que recalcar la importancia de este sector, ya que en la actualidad muchas personas están dependiendo en mayor o en menor proporción su trabajo y sus ingresos; en este nuevo tipo de empresas encontramos desde ebanistas que elaboran cajas fúnebres hasta maquilladores que preparan al fallecido para que se tenga “la impresión de que duerme”. Se incluyen también pintores, vendedores de bóvedas, guardias, marmolistas, cargadores, cantantes, floristas, que conjuntamente con la infraestructura empresarial contribuyen al desarrollo del sector hoy en día.

Las estadísticas que manejan los Campos Santos en el país confirman la tendencia a adquirir los servicios funerales por adelantado. Entre el 60% y 90% de los ingresos

que tienen estas empresas se deben a clientes que piensan en la muerte como un hecho que no los puede tomar desprevenidos.

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

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

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

De los cuales por la cercanía de la ciudad de Quito a nuestra localidad tomaremos énfasis en dichos Campos Santos Privados.¹³(HARO HARO, 2011)

“PRINCIPALES CAMPOS SANTOS PRIVADOS DE QUITO Y GUAYAQUIL

Cuadro 2. Camposantos privados de Quito y Guayaquil

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

Fuente: www.eluniverso.com

¹³HARO HARO, Mayra Fernanda. creación del centro de un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4296/1/T-ESPEL-0537.pdf>

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

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

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

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

“Los cementerios en la actualidad varios países en el mundo

En estas últimas décadas, fueron conformados por empresas particulares, los denominados cementerios jardines, en las áreas circundantes a la ciudad, constituyendo una nueva oferta para el enterramiento de la población, pese a ello, el Cementerio Público o General creado en 1826 por Miguel María de Aguirre, sigue siendo el ámbito de enterramientos protagónico de la ciudad, por su significado, por contener la historia de varias generaciones de hombres notables y gente común de la familia cochabambina. Sus documentos arquitectónicos, expresados en el sencillo bloque de enterramientos, en los artísticos mausoleos de la primera época, en los modernos mausoleos actuales y aún en los enterramientos de los indigentes en el suelo, constituyen auténticos documentos que guardan la memoria de la ciudad,

patrimonio invaluable que debe ser protegido y conservado para la lectura de nuestra historia por las generaciones futuras.

En el año 1993, se realizaron obras de ordenamiento urbanístico con la dotación de un nuevo crematorio (1995) y otros servicios como la provisión de agua mediante un depósito en forma de cruz. También se ha incorporado, en esta época, el conjunto de estatuas de los doce apóstoles, ubicadas a lo largo de la vía de acceso al cementerio, con el objeto de motivar previamente a los visitantes en una actitud de recogimiento antes de ingresar a este lugar. Los cementerios actualmente han dejado la imagen de ser simples repositorios funerarios para convertirse en referencias que ilustran como pocos documentos, el transcurrir de la historia de la ciudad. Así entendido el Cementerio General de la ciudad de Cochabamba, hoy es un bien patrimonial de la comunidad, porque conserva los valores espirituales de las familias, la memoria de todos los actores, prominentes y llanos que escribieron alguna página gloriosa o rutinaria del transcurrir urbano.

Para su conservación, mantenimiento y aplicación en el turismo cultural y por constituir un bien patrimonial para las generaciones futuras, deben realizarse labores de catalogación del conjunto de los elementos componentes, bajo diferentes aspectos como: el histórico, de personajes, de mérito artístico arquitectónico y escultórico y también de la iconografía para el registro documental y la lectura sociológica de nuestra sociedad en el transcurrir del tiempo.

Cementerio árabe

Edificado entre la década de los años 1950 a 1960, en el sitio anexo norte al Cementerio Alemán, con una superficie similar de aproximadamente 3.000 metros cuadrados, se configura con una estructura mixta de interesantes mausoleos, inspirados algunos de ellos en la iconografía y forma de las mezquitas árabes, alternando con enterratorios en bloques de nichos. La comunidad árabe tiene una importante participación en la historia urbana de la ciudad, traducida y conservada en los monumentos funerarios de este cementerio.”(MORALES OSORIO, 2011)¹⁴

¹⁴ MORALES OSORIO, JORGE AUGUSTO. “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y EJECUCIÓN DE UN CAMPO SANTO PRIVADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”. Extraído el 2 septiembre del 2012 <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4296/1/T-ESP-0537.pdf>

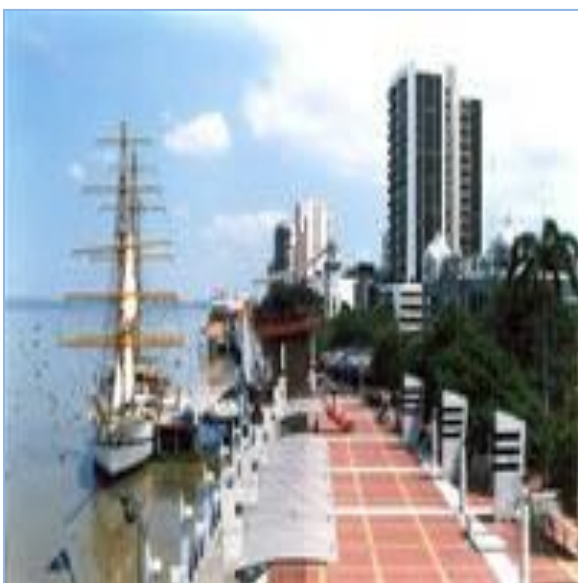
En vista de la evolución y cambios que le han dado a los cementerios, independientemente del sector o país se han desarrollado planes de reconstrucción, tal es el caso del cementerio general de Cochabamba.

PLAN MAESTRO DEL CEMENTERIO GENERAL DE COCHABAMBA

El cementerio actualmente está instalado aproximadamente sobre 16 hectáreas de terreno, cuenta con un Plan Maestro para su organización y desarrollo posterior y está ocupado por 8.555 criptas de los enterratorios, 14.084 de nichos a perpetuidad y 704 cenizarios, varios sectores de mausoleos distribuidos en 11 cuarteles administrados por el Municipio.”(OPINION.COM, 2012)

Las ciudades más representativas del país y sus evoluciones.

Figura 21 Imagen ciudad de Guayaquil



“Santiago de Guayaquil es la capital de la provincia del Guayas. Con una altitud de 4 metros sobre el nivel del mar; es el puerto principal y la capital económica del Ecuador. Es la ciudad más grande y poblada del país, con 3'228.534 habitantes (INEC, 2008) y un área geográfica de 1.214 Km². La temperatura varía entre los 20 y 32 grados centígrados (68 y 90 grados Fahrenheit). La época de lluvias es desde enero hasta comienzos

mayo. La influencia de las corrientes fría de Humboldt y Cálida de El Niño hace que el clima sea de tipo cálido tropical o tropical húmedo, que se torna seco durante el verano (mayo a diciembre). La ciudad cuenta con importantes atracciones turísticas como el barrio Las Peñas, la Catedral Metropolitana, el Malecón 2000, el Parque Seminario, en el que es de admirar las encantadoras iguanas que habitan en sus añejos árboles, la Rotonda, el Cementerio General con hermosos momentos de mármol italiano, el Reloj Público, el Museo Municipal, el Jardín Botánico, con una intensa muestra de orquídeas y de flora tropical y muy cerca la reserva ecológica de Cerro Blanco, en un verdadero encuentro con la naturaleza. Entre los más

importantes de la industria en esta ciudad se encuentran los productos de mar, industria manufacturera y el puerto marítimo del Guayas.

Cuenca

Figura 22 Imagen ciudad de Cuenca



Cuenca es la tercera ciudad más grande del Ecuador, capital de la Provincia de Azuay y cuenta con 483.867 habitantes (INEC, 2008). Se encuentra en la sierra ecuatoriana a 2.550 metros sobre el nivel del mar, cubriendo una superficie de 120 Km². La temperatura varía entre los 7 y 22 grados centígrados (45 y 72 grados Fahrenheit). Su industria está constituida principalmente de caucho, joyas, textiles, artículos de cuero, línea blanca, neumáticos y cerámica. La provincia de Azuay

es un emporio de artesanías. Esto se debe a que su gente está dotada de una extraordinaria habilidad, es constante y trabajadora. Son muy antiguas las artesanías que van desde la milenaria actividad del tejido de sombrero de paja toquilla, hasta la elaboración de finas joyas que han colocada la orfebrería azuaya en el primer rango dentro de la artesanía.

Ambato

Figura 23 Imagen ciudad de Ambato



Ambato es la capital de la Provincia de Tungurahua, tiene una superficie de 70 Km², y una población de 361.980 habitantes (INEC, 2008). Se encuentra en la sierra ecuatoriana a 2.577 metros sobre el nivel del mar, y su temperatura varía entre los 14 y 19 grados centígrados (57 y 66 grados Fahrenheit). Su industria incluye textiles, confecciones, cuero y calzado. El turista puede encontrar en la

ciudad de Ambato la tranquilidad provinciana y el movimiento del modernismo.

En el centro de la ciudad y en una esquina del parque Montalvo se levanta el mausoleo del Cervantes de América, Juan Montalvo, sitio muy visitado por turistas y estudiantes. En esta casa funciona una institución de Cultura denominada Casa de Montalvo, la misma que dispone de una biblioteca de autores nacionales.

Quito

Figura 24 Imagen de la ciudad de Quito



San Francisco de Quito es la capital de la República del Ecuador y de la provincia de Pichincha, y es además la cabecera del cantón homónimo. En 1993 el nombre oficial fue cambiado por Distrito Metropolitano de Quito. La ciudad de Quito es la segunda más poblada del país con 2'245.567 habitantes según datos al 2008 (Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador), y

corresponde al denominado Gran Quito o Distrito Metropolitano de Quito. Ciudad que se encuentra entre lo contemporáneo y lo colonial, metrópoli donde la estructura moderna se funde con la heredad mestiza, en la que residentes nacionales y visitantes extranjeros encuentran siempre un lugar para trabajar, disfrutar y recordar. Situada en la cordillera de los Andes a 2.860 metros sobre el nivel del mar, la ciudad de Quito ocupa una meseta de 285 Km². Su temperatura ambiental oscila entre 10 y 25 grados centígrados (50 y 77 grados Fahrenheit); los quiteños y sus huéspedes gozan de los grandes contrastes climáticos que se presentan durante el transcurso de un mismo día. Además, la ciudad está rodeada de los volcanes Pichincha, Cotopaxi, Antisana y Cayambe, que conforman un contorno andino majestuoso. Construida sobre las ruinas de un antiguo centro aborigen de los indios Shyris y fundada por los españoles el 6 de diciembre de 1534, Quito está dividida en tres zonas definidas por su intrincada geografía, que se caracterizan por sus contrastes arquitectónicos y particularidades culturales. Por esta belleza física, sus tradiciones, rincones de misticismo y leyendas vigentes, en noviembre de 1978,

Quito fue declarada por la UNESCO "Patrimonio Cultural de la Humanidad".(ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR)¹⁵

El cantón Milagro para ser una ciudad necesita de lo siguiente:

Malecón

Parques atractivos

Zoológicos

Museo Municipal

Jardín Botánico

Mercado mayorista

Mercado artesanal

Estructura moderna de la ciudad

Centros recreacionales

Jefatura política restaurada

Alcantarillado total

Un nuevo cementerio entre otros.

2.2 MARCO LEGAL

“BASE LEGAL

Art.238 de la Constitución Política de la República que se consagra la Autonomía Económica y Administrativa de los Municipios.

Art. 16 de la Ley de Régimen Municipal, que determina que las Municipalidades son autónomas y que salvo lo prescrito por la Constitución y esta Ley ninguna función del Estado ni autoridad extraña a la Municipalidad podrá interferir en su administración propia; estándole especialmente prohibido, entre otros aspectos a:

¹⁵ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR. PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR. Extraído el 5 de febrero del 2013. http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=9

derogar, reformar o suspender la ejecución de las Ordenanzas, Reglamentos, Resoluciones o Acuerdos de las autoridades municipales, interferir en su organización administrativa y en la clasificación de puestos.

Numeral 1 Art. 63 de la Ley de Régimen Municipal, por el que se faculta a los Concejos, normas a través de Ordenanzas, dictar Acuerdos o Resoluciones; determinar la política a seguirse y fijar las metas en cada uno de los ramos propios de su administración.

Art. 156 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, que establece que la organización administrativa estará de acuerdo con las necesidades peculiares que deba atender y con los servicios públicos a prestarse, de acuerdo con los recursos financieros disponibles y consecuentemente a establecer una estructura de trabajo que permita el cumplimiento de objetivos.

Art. 157 del mismo cuerpo de leyes establece que el Reglamento Orgánico Funcional, determinará la estructura administrativa de cada Municipalidad y teniendo en cuenta que cada dependencia forma parte de una organización racionalmente integrada desde el punto de vista de la división del trabajo.

Art.160 de la Ley de Régimen Municipal que determina que la denominación de la dependencias de la administración municipal se ajustara a la nomenclatura de Dirección, Departamento y Sección, según sea la complejidad de la labor encomendada; y que habrá tantas Direcciones, cuantas convenga a la mejor y más racional agrupación por funciones afines que competan a la administración; y finalmente que la organización de cada Dirección, Departamento o Sección, constara en los respectivos Orgánicos Funcionales que serán aprobados por el Concejo Municipal.

Art.161 y 162 de la Ley de Régimen Municipal, que establece la Estructura Administrativa Básica de Servicios Públicos: Obras Publicas, Financiera, Administrativa, Higiene, Salubridad y Educación Cultura, Justicia y Policía, Servicios Sociales, Asesoría Jurídica, Planificación, Desarrollo de la Colectividad y de

Protección de los Grupos Vulnerables, ajustada a las características propias de cada Municipio, pudiendo refundirse dependencias o establecerse otras no previstas que aseguren una racional división del trabajo.

DE LA SUBDIRECCIÓN DE OBRAS PÚBLICAS Art. 42.- Son funciones de la Subdirección de Obras Públicas, las siguientes:

1. Controlar y supervisar las obras contratadas por la Municipalidad, velar por que estas sean realizadas de acuerdo a los diseños de los planos, especificaciones técnicas y cronogramas de trabajo establecido;
2. Revisar los contratos de obras que suscriba la Municipalidad, a fin de determinar el cumplimiento de los aspectos técnicos mínimos.
3. Inspeccionar los sitios de trabajo con el objeto de constatar el desarrollo de las actividades;
4. Convocar y mantener reuniones de trabajo con el personal de supervisión y fiscalización de las obras, así como con las empresas de servicios Públicos para conocer el avance de los trabajos, los problemas que se presenten y arbitrar las medidas para solucionarlos;
5. Determinar, de ser necesario, conjuntamente con la supervisión y fiscalización, los excedentes en las cantidades de obra que se requiera ejecutar para conseguir el objeto de los contratos suscritos, así como las ampliaciones de plazo que sean necesarias tanto en la ejecución de obras como en la fiscalización de las mismas;
6. Tramitar y suscribir las actas de recepción provisional y definitiva de las obras ejecutadas, así como las de la correspondiente fiscalización;
7. Controlar y supervisar que las obras que se realizan, cumplan con los diseños de los planos, las especificaciones técnicas y cronogramas de trabajo establecidos;
8. Revisar las resoluciones del Concejo Cantonal en las que se autorice la ejecución de obras, a fin de determinar su ubicación, rubros de trabajo y cantidades de obra;

9. Coordinar con el área de Costos y Programación de Obras, la elaboración de la necesaria documentación precontractual para los diferentes procesos de ejecución de obras o de consultoría.

10. Controlar la asignación de la maquinaria y equipo pesado municipal requerido para la ejecución de las obras, y velar por su buen uso y adecuado mantenimiento tanto preventivo como correctivo;

11. Por delegación del Director de obras Públicas, tramitar las planillas que por órdenes de trabajo se presenten; y,

12. Las demás que le asigne el director de Obras Publicas

COSTOS Y PROGRAMACIÓN DE OBRAS Art. 43.- Son funciones del Área de Costos y Programación de Obras las siguientes:

1. Elaborar las bases, especificaciones técnicas y presupuestos referenciales de las obras que realiza la Dirección de Obras Públicas;

2. Revisar y, de ser el caso, aprobar los estudios preliminares y diseño definitivos de estudios contratados;

3. Determinar el presupuesto para las indemnizaciones por expropiaciones;

4. Realizar las investigaciones de mercado, con respecto a los materiales de construcción. Mantener actualizado el archivo de proformas u ofertas por materiales, herramientas y equipos de construcción.

6. Realizar los cálculos de precios unitarios de las obras en base a las mejores ofertas del mercado y de acuerdo a las especificaciones técnicas de los diseños arquitectónicos, estructurales, eléctricos y sanitarios de las diferentes obras.

7. Informar al Director y Subdirector de Obras Públicas, con respecto a las variaciones de costos del mercado de la construcción que podrían alterar los presupuestos ya realizados.

8. Elaborar las especificaciones técnicas únicamente de rubros, no arquitectónicas.
9. Elaborar la programación de las obras en cuanto a tiempos para los presupuestos referenciales.
10. Realizar la Programación de las obras en cuanto al flujo de inversión mensual.
11. Realizar el presupuesto y programación en cuanto a flujo de personal para los contratos de consultoría.
12. Es responsable directo de los documentos que contienen los resultados de su trabajo específico; y
13. Recopilar, archivar y custodiar los documentos relacionados al presupuesto y programación de obras.
14. Las demás que le asigne el Director de Obras Públicas.”(Constitución de la República del Ecuador, 2011)

2.3 MARCO CONCEPTUAL

“**Servicios Exequiales:** Es el proceso que incluye actividades como sepultura y cremación de cadáveres humanos y otras actividades como la preparación de los despojos para su inhumación y cremación, salas de velación, embalsamamiento de cadáveres y otros servicios.”¹⁶

“**Previsión Exequial:** Es el producto que las empresas funerarias tienen a disposición de la sociedad para que una persona o un grupo de personas adquieran el servicio funerario, mediante el pago de unas cuotas acordadas con antelación.”¹⁷

“**Hornos Crematorios:** Lugar donde se procede a realizar la cremación de las personas fallecidas.”¹⁸

¹⁶ www.dspace.espol.edu.ec/.../Tesis%20Fernanda%20guaman%20%26%2

¹⁷ www.embajadacolombia.ca/documents/colnosune.pdf

¹⁸ www.dspace.espol.edu.ec/.../Tesis%20Fernanda%20guaman%20%26%2

Lotes para Mausoleos: Es una porción de terreno destinado a la edificación de un Mausoleo o monumento funerario, que contiene una cámara donde depositan varias urnas o cofres funerarios, generalmente de difuntos pertenecientes a una misma familia.

Bóvedas en Mausoleos: Bóvedas ubicadas en Mausoleos de hasta 4 niveles, no teniendo los usuarios de esas bóvedas ningún tipo de relación familiar.

Osarios en Mausoleo: Este cuerpo en particular tiene: 2 caras exteriores de bóvedas, 4 niveles de 5 bóvedas cada nivel. 2 caras interiores de Osarios, 5 niveles de 7 Osarios cada nivel.

Panteón: Es una porción de terreno destinado a la inhumación entera de hasta 3 cuerpos.

Osarios en tierra: Es una porción de terreno, destinada al depósito de restos humanos, a la inhumación de infantes de hasta cinco días de nacidos y al depósito de cenizas de cremación.

Osarios en altura: Es un nicho para inhumación de restos.

Bóvedas: Es un edificio destinado a la inhumación de cuerpos.

Nichos cinerarios: El nicho cinerario diseñado para el depósito de cenizas de cremación.

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis general

La ciudadanía milagreña se ve afectada al no contar con un espacio adecuado para sepultar a sus familiares.

2.4.2 Hipótesis particulares

- La falta de un nuevo campo santo privado influye en los precios de los servicios exequiales que ofrece la empresa privada.
- La economía de los milagreños se ve afectada por los altos precios de los servicios exequiales que ofrece la empresa privada.

- El desarrollo de un proyecto de construcción de un nuevo camposanto privado que ofrezca servicios exequiales a costos accesibles incide en el nivel de aceptación de la ciudadanía.

2.4.3 Declaración de las Variables

Variables Hipótesis general

Independiente: La ciudadanía se ve afectada

Dependiente: Espacio adecuado para sepultar familiares

Variables Hipótesis particulares

- Independiente: Inexistencia de Camposanto privado
- Dependiente: Precios servicios exequiales

- Independiente: Economía de la población
- Dependiente: Oferta de servicios de empresa privada

- Independiente: Nueva oferta proyecto camposanto
- Dependiente: Precios accesibles

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 1

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADORES
<p>VARIABLE INDEPENDIENTE: La ciudadanía se ve afectada</p>	<p>Podemos definir ciudadanía como un status jurídico y político mediante el cual el ciudadano adquiere unos derechos como individuo (civiles, políticos, sociales) y unos deberes (impuestos, tradicionalmente servicio militar, fidelidad...) respecto a una colectividad política, además de la facultad de actuar en la vida colectiva de un Estado. Esta facultad surge del principio democrático de soberanía popular.¹⁹</p>	<ul style="list-style-type: none"> . Estudios de mercado. . Elaboración de proyectos en base a las necesidades de la ciudadanía.
<p>VARIABLE DEPENDIENTE: Espacio adecuado para sepultar familiares</p>	<p>Lugar que se adapta a las necesidades de la sociedad en común.</p>	<ul style="list-style-type: none"> . Análisis geográficos.
<p>VARIABLE INDEPENDIENTE: Inexistencia de Camposanto</p>	<p>No existe una zona adecuada para sepultar a los familiares de la ciudadanía creada por una institución territorial, organizada jurídicamente dentro de una</p>	<ul style="list-style-type: none"> . Estudios de mercado. . Estudios geográficos.

¹⁹<http://www.emagister.com/curso-historia-union-europea/concepto-ciudadania>

Privado	ciudad por un grupo de individuos particulares para satisfacer las necesidades de la comunidad local.	
VARIABLE DEPENDIENTE: Precios servicios exequiales	Es costo que tiene el conjunto de servicios prestados por las empresas funerarias a los familiares y allegados de un difunto cadáver.	Fijación de precios acorde a las necesidades de las personas.
VARIABLE INDEPENDIENTE: Economía de la población	Economía es la ciencia social que estudia el comportamiento económico de agentes individuales producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, entendidos estos como medios de necesidad humana y resultado ²⁰ individual o colectivo de la sociedad y de la población en general.	. Índices financieros. Factores económicos
VARIABLE DEPENDIENTE: Oferta de servicios de empresa privada	Es una propuesta que se da al cliente con precios menores al normal con el propósito de que acepte y así dar la promesa de ejecutar algo explicado.	. Precios competitivos
VARIABLE INDEPENDIENTE: Nuevo oferta de proyecto camposanto	Es una idea reciente que busca darse a conocer de un instrumento que permite analizar, estudiar, recopilar datos para la implementación de un lugar donde se depositan restos mortales o cadáveres dentro de ataúdes, féretros.	. Análisis costos beneficios

²⁰<http://materiaeconomia.bligoo.com.mx/concepto-de-economia>

VARIABLE DEPENDIENTE: Precios accesibles	Es un bien o servicio que debe ser dado a cambio de dinero por un valor asignado de acorde a la condición de las personas.	Análisis de los precios de mercado.
--	--	-------------------------------------

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL

En atención a los requerimientos del reglamento de la universidad estatal de milagro para la presentación de trabajos de tesis el tipo de investigación que se presenta es cuantitativa por el proceso que cumple con la definición u observación de un problema detectado en la comunidad analizando los aspectos que influyen en este y planteando hipótesis para su posterior validación a través de la información que se obtenga de la población involucrada con instrumentos como encuestas y entrevistas, además de otros documentos que aporten información sobre el problema, en este sentido podemos afirmar que la investigación es documental.

En este estudio se incluye la investigación descriptiva por el análisis que se ha realizado en observando la falta de interés de las autoridades competentes en crear un nuevo cementerio municipal en el cantón evidenciando la ausencia de planificación en función de los intereses de la población.

En este tipo de investigación Correlacional se analiza los factores que determinaron la ausencia de una infraestructura sacramental en la ciudad y los aspectos que han aportado a que la población que tiene posibilidades opte por solicitar los servicios de la empresa privada, lo cual ha afectado la economía de los ciudadanos milagreños.

La investigación de campo se la aplicará desde la elección del tema considerando las diferentes interrogantes del caso y las soluciones que se podrían adoptar para bienestar de los milagreños, se profundizó el tema con las posibilidades de analizar las mejores alternativas que traería la creación de un camposanto.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Milagro es un cantón que posee 166634 habitantes, cuenta con un mercado altamente competitivo, ya que es poseedor un amplio sector empresarial, generando divisas para diferentes partes de esta localidad. Milagro es el segundo cantón más importante de la provincia del guayas, lo cual se ha ganado por su progreso constante.

3.2.2 Delimitación de la población

Se considerara para este estudio a la población económicamente activa, de 20 a 64 años, los cuales ascienden a 57669.

3.2.3 Tipo de muestra

Para la presente investigación se desarrollará el tipo de muestra no Probabilístico, el cual consiste en seleccionar individuos por causas relacionadas con las características de la investigación a desarrollarse, pudiendo ser estos distribuidores y consumidores finales.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Teniendo en cuenta que el estudio del presente prediseño se lo realizará en el cantón Milagro. A través de la siguiente formula se llegara a conocer el tamaño de población a encuestarse.

FORMULA:

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

Simbología:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población (23.035)

p: Posibilidad de que ocurra un evento, p = 0,5

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento, q = 0,5

E= Error, se considera el 5%; E = 0,05

Z: Nivel de confianza, que para el 95%, Z = 1,96

²¹Formula tomada del Reglamento para el proyecto de Investigación de la UNEMI

$$n = \frac{57669 (0,5) (0,5)}{\frac{(57669 - 1) 0,05}{1,96}} (0,5) (0,5)$$

$$n = \frac{57669 (0,25)}{\frac{57668 0,0025}{3,84}} 0,25$$

$$n = \frac{14417,25}{\frac{144,17}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{14417,25}{37,5442708 + 0,25}$$

$$n = \frac{14417,25}{37,7942708}$$

$$n = \mathbf{381}$$

3.2.5 Proceso de selección

El proceso de selección que se planteará en esta investigación serán las muestras de sujetos voluntarios y muestra de expertos los mismos que serán tomados del tamaño de la población de esta investigación.

3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

Para la investigación a realizarse se analizará el siguiente método teórico que a continuación detallaremos:

Se utilizará este **método inductivo deductivo** debido a que en primera instancia se generó un posible comportamiento alrededor de una situación definida como problema en este caso para la comunidad, el cual aportara con la propuesta de posibles soluciones, verificando así que partimos de un hecho particular para deducir los comportamientos que se han generado y las respuestas que pueden aportar las instituciones y personas involucradas.

De igual forma la investigación es de síntesis debido a que para realizar el marco teórico se recopila la cantidad de información posible de diferentes fuentes para luego ser analizada y posteriormente resumida.

El método estadístico es fundamental ya que una vez recopilada la información a través de la aplicación de la encuesta, esta podrá ser tabulada e interpretada con el propósito de comprobar las hipótesis planteadas.

3.3.2 Método Empírico

El método de investigación que se utilizará es la observación, su aplicación nos permitirá recopilar, registrar y analizar datos acerca de los aspectos más significativos del hecho o fenómeno a estudiar.

Esta técnica consiste aplicar un instrumento investigativo sea encuesta o entrevista a un grupo de la población económicamente activa del cantón Milagro.

3.3.3 Técnica e Instrumento de la Investigación

La técnica que se aplicará será la encuesta, en la cual se desarrollará el cuestionario, el mismo que estará compuesto por 9 preguntas dirigidas a la muestra obtenida de la investigación del tamaño de la muestra calculado en el presente estudio. Las preguntas serán parcialmente estructuradas, debido a que además de dar la opción de escoger entre algunas alternativas de respuesta, también se brinda la posibilidad de que el entrevistado exprese su opinión.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION

Para el procesamiento estadístico de la información que se obtendrá a través de las encuestas que se llegaran a realizar de este estudio se utilizará el programa de Microsoft Excel, ya que este programa nos facilitará las herramientas necesarias para lograr trabajar con eficiencia el procesamiento estadístico, y además nos permitirá conocer y graficar los resultados porcentuales de dicha encuesta, la misma que se hará a la población tomada del tamaño de la muestra de esta investigación.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INICIAL

Milagro es un cantón que mantiene un crecimiento constante en cada uno de sus ámbitos, a nivel poblacional según el censo del año 2010 en ese año contaba con 166636 habitantes con niveles de crecimiento importantes. La generalidad de los servicios públicos no ha crecido con el ritmo de crecimiento de la población, nosotros estamos enfocando nuestro trabajo en los servicios que se ofrecen para sepultar a los difuntos que como se evidencio en el análisis de la problemática el cementerio con que cuenta la ciudad presenta condiciones realmente deplorable, tanto por el espacio como la distribución de bóvedas. En los últimos cinco años se ha incrementado el índice de mortandad en el cantón debido a múltiples causas tales como: enfermedades, accidentes, asesinatos, entre otros, motivo por el cual nace la necesidad de adquirir un terreno o infraestructura para sepultar a las personas que cumplen su ciclo de vida o que por circunstancias fortuitas pierden a sus seres queridos, convirtiéndose este espacio en una demanda de servicios insatisfecha que a la presente fecha solamente está siendo cubierta por una empresa privada en vista de no encontrar uno, se ven en la necesidad de acceder a los servicios que ofrece la empresa privada (camposantos privados), entidades que ofrecen un sin número de servicios adicionales como son los servicios exequiales.

Para el levantamiento de información como ya se mencionó se realizó encuestas considerando a muestra de la comunidad milagreña, aplicando el método cuantitativo adoptado en el proceso de investigación, las preguntas incluidas en la encuesta se mencionan y analizan a continuación.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA

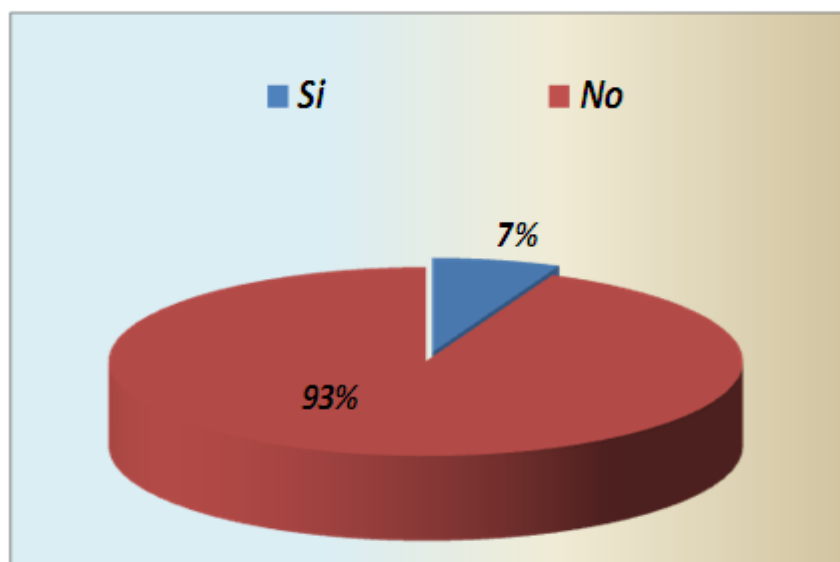
1.- ¿Cree usted que el actual cementerio municipal cuenta con espacios suficientes, para que la ciudadanía pueda enterrar a sus seres queridos?

Cuadro 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	25	7%
No	356	93%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta a la ciudadanía milagreña

Gráfico 1



Elaborado por: Daniela Navarro & Diana Sandoya

Interpretación.-El 93% de los encuestados indicaron que el cantón Milagro no cuenta con espacio suficiente para que la ciudadanía pueda sepultar a sus seres queridos, a diferencia del 7% que indicó lo contrario.

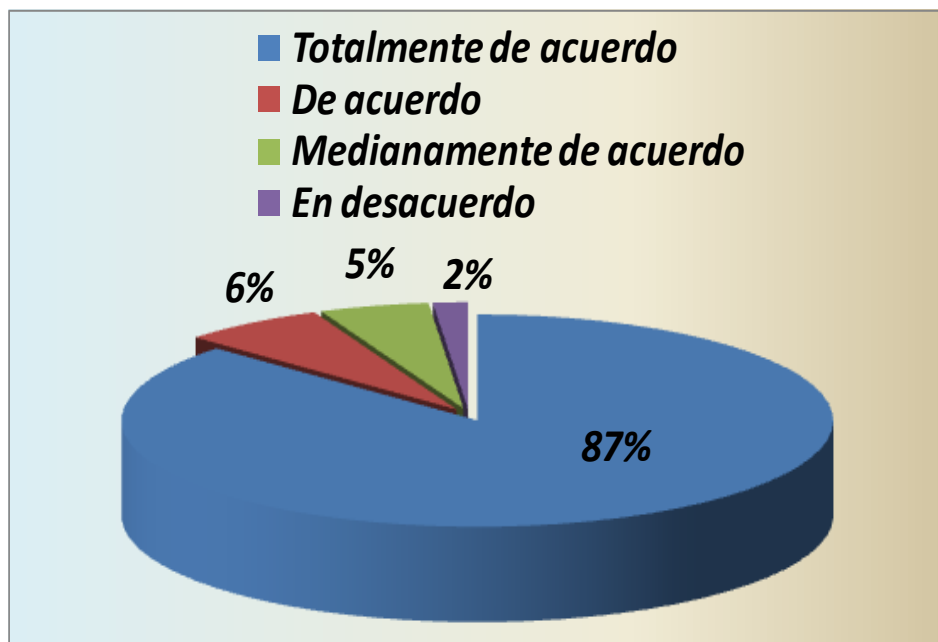
2.- ¿Considera que los habitantes de Milagro se ven afectados por la inexistencia de un espacio adecuado para sepultar a sus familiares?

Cuadro 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Totalmente de acuerdo	331	87%
De acuerdo	25	7%
Medianamente de acuerdo	19	5%
En desacuerdo	6	2%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta a la ciudadanía milagreña

Gráfico 2



Elaborado por: Daniela Navarro & Diana Sandoya

Interpretación.-El 87% de los encuestados manifestaron que si se ven afectados por la falta de espacios adecuados para sepultar a sus seres queridos, entre el 2% y 5% consideran lo contrario.

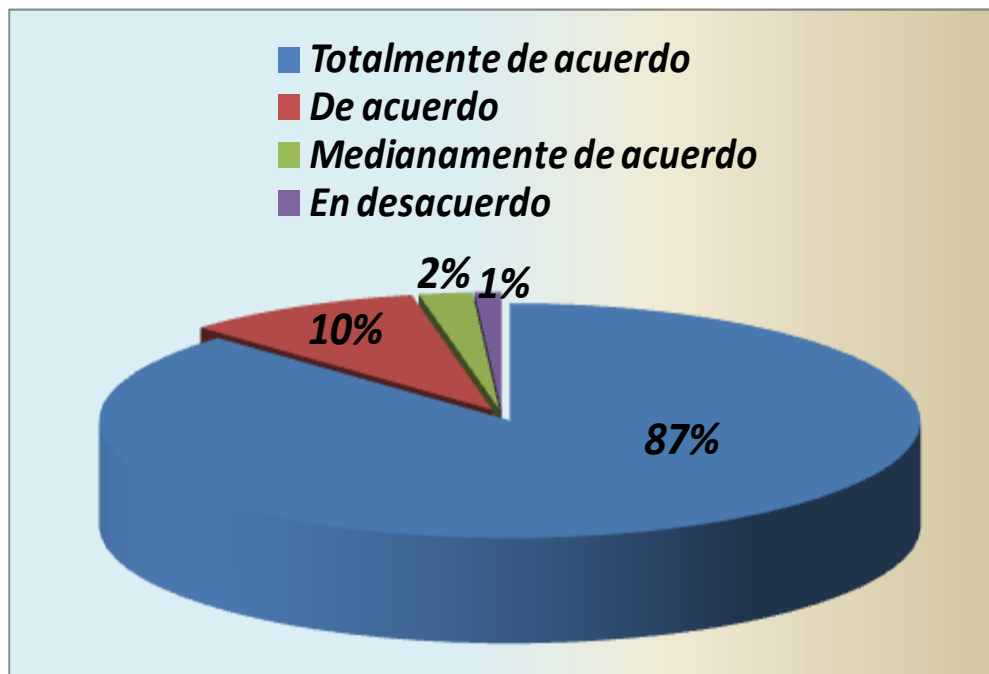
3.- ¿Cree usted que Milagro necesita un nuevo camposanto?

Cuadro 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Totalmente de acuerdo	333	87%
De acuerdo	36	10%
Medianamente de acuerdo	8	2%
En desacuerdo	4	1%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta a la ciudadanía milagreña

Gráfico 3



Elaborado por: Daniela Navarro & Diana Sandoya

Interpretación.-El 87% de los encuestados manifestaron que Milagro necesita un nuevo camposanto, puesto que actualmente el que está en funcionamiento está casi totalmente copado, mientras que diez personas de las encuestadas indicaron lo contrario.

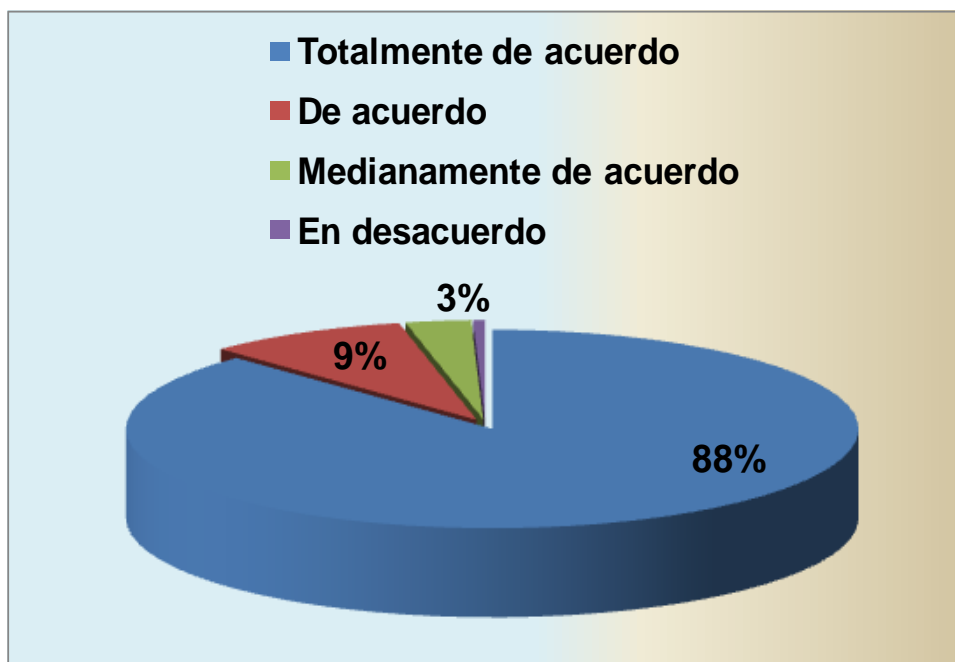
4.- ¿Cree usted que la falta de un nuevo camposanto ha hecho que se incrementen los servicios exequiales de la empresa privada?

Cuadro 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Totalmente de acuerdo	334	88%
De acuerdo	34	9%
Medianamente de acuerdo	11	3%
En desacuerdo	2	0%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta a la ciudadanía milagreña

Gráfico 4



Elaborado por: Daniela Navarro & Diana Sandoya

Interpretación.-Los encuestados manifestaron que la falta de un nuevo camposanto ha hecho que se incrementen los servicios exequiales de la empresa privada, tal es el caso de Jardines Esperanza, cual es el único cementerio privado en esta localidad.

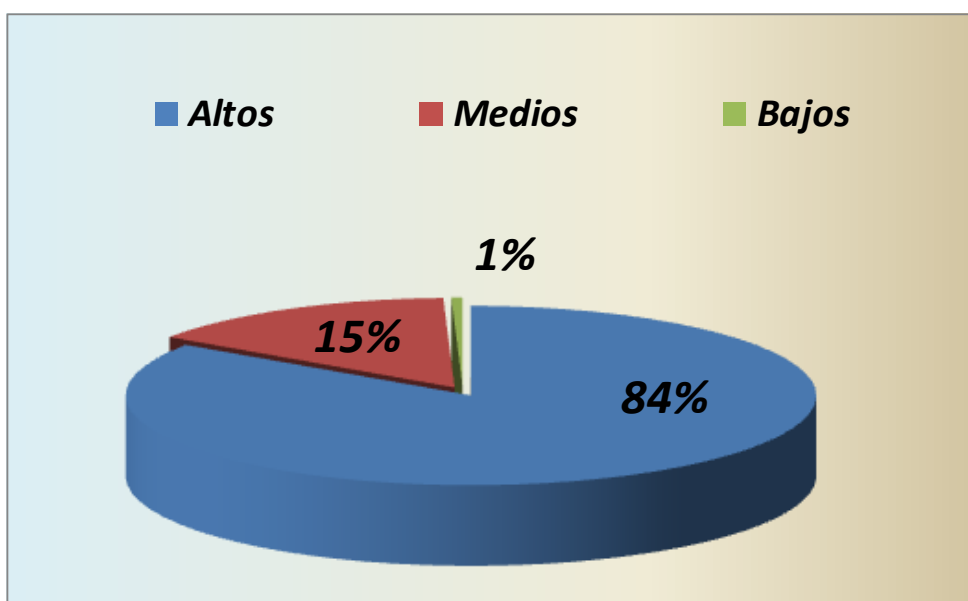
5.- ¿Cómo considera los servicios exequiales que la empresa privada ofrece?

Cuadro 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Altos	322	85%
Medios	57	15%
Bajos	2	1%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta a la ciudadanía milagreña

Gráfico 5



Elaborado por: Daniela Navarro & Diana Sandoya

Interpretación.-Los encuestados indicaron que el costo de los servicios exequiales que la empresa privada ofrece son altos, el 5% indicó que es medio y el 1% que son bajos. Esto demuestra que las personas les agradecería que esta clase de asistencia no sea muy costosa.

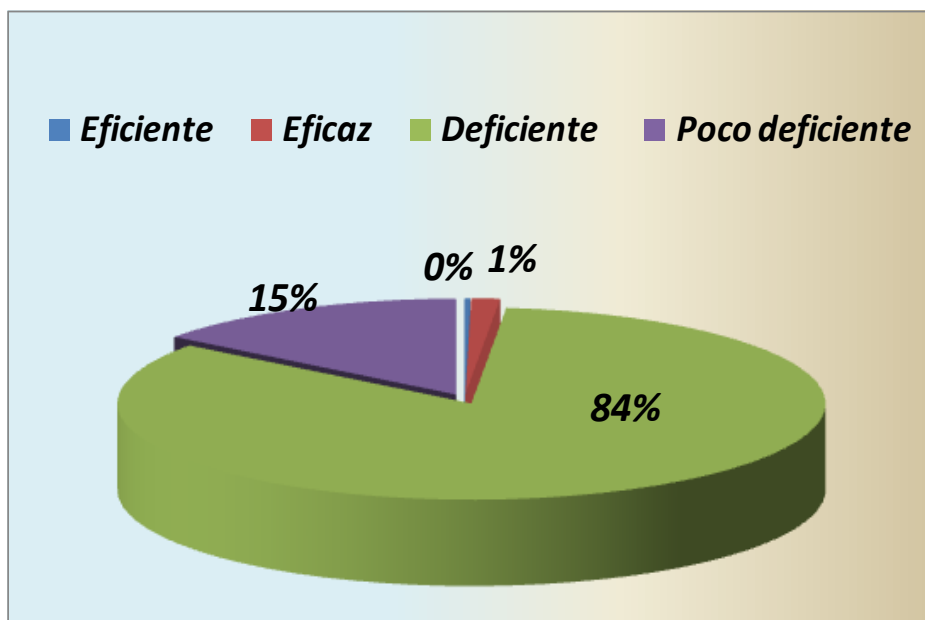
6.- ¿Cómo considera el accionar de las autoridades del cantón con la creación de un nuevo camposanto?

Cuadro 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Eficiente	1	0%
Eficaz	5	1%
Deficiente	319	84%
Poco deficiente	56	15%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta a la ciudadanía milagreña

Gráfico 6



Elaborado por: Daniela Navarro & Diana Sandoya

Interpretación.- Como deficiente (84%) considera el accionar de las autoridades del cantón con la creación de un nuevo camposanto, puesto que no se han preocupado por brindarle a la población milagreña un nuevo camposanto y de esta manera evitar la saturación en el actual.

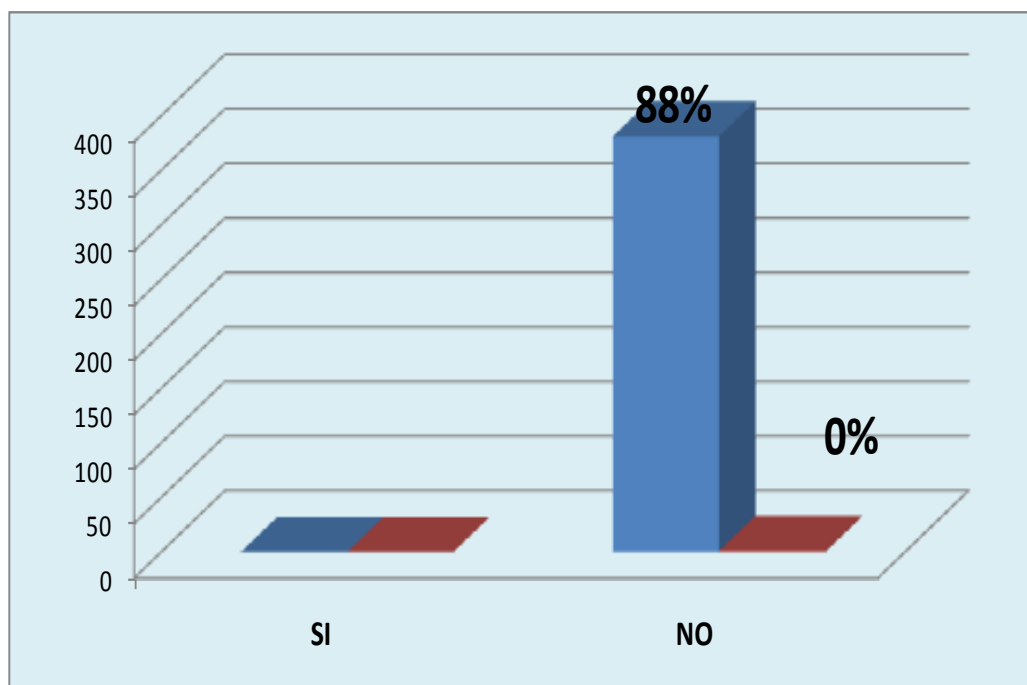
7.- ¿Conoce alguna gestión o proyecto que se vaya a ejecutar a futuro sobre la creación de un nuevo camposanto?

Cuadro 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	0	0%
No	381	100%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta a la ciudadanía milagreña

Gráfico 7



Elaborado por: Daniela Navarro & Diana Sandoya

Interpretación.- El 100% de los encuestados manifestaron que desconocen sobre alguna gestión o proyecto que ejecuten a futuro sobre la creación de un nuevo camposanto.

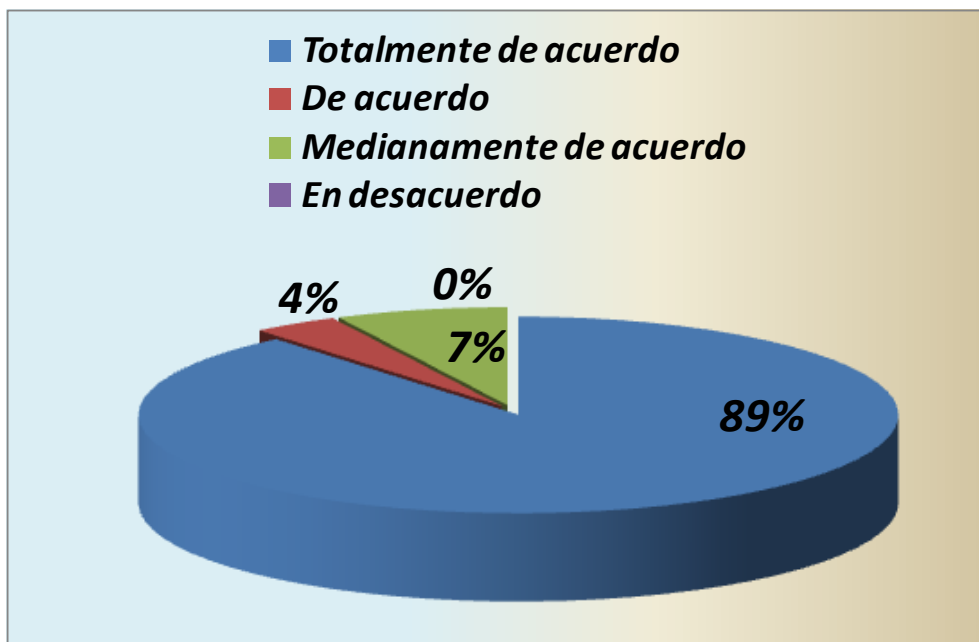
8.- ¿Estaría de acuerdo en aceptar servicios exequiales que se ofrezca para la creación de un nuevo camposanto privado a precios accesibles?

Cuadro 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Totalmente de acuerdo	339	89%
De acuerdo	14	4%
Medianamente de acuerdo	28	7%
En desacuerdo	0	0%
TOTAL	381	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta a la ciudadanía milagreña

Gráfico 8



Elaborado por: Daniela Navarro & Diana Sandoya

Interpretación.- El 89% de los encuestados indicaron que están de acuerdo en aceptar servicios exequiales que se ofrezca en un nuevo camposanto privado a precios accesibles esto demuestra el alto grado de aceptación que existiría en la ciudad de Milagro.

4.3 RESULTADOS

Como análisis del trabajo de campo se pudo conocer que las personas están conscientes que el actual cementerio municipal está totalmente saturado (93%), sin embargo las autoridades a quienes corresponde esta preocupación no han hecho nada al respecto (100%), falencia que ha sido tomada como fortaleza por la empresa privada, quienes en la actualidad han posicionado un cementerio privado conocido como Jardines De Esperanza. Esta entidad a más de vender lotes de terreno ofrece una serie de servicios exequiales. Al preguntarles a los ciudadanos sobre los costos de esos servicios ellos manifestaron que son muy altos (85%), que no van acorde a su economía, pero debido a la necesidad inesperada que se les ha presentado en la vida han tenido que forzosamente solicitar este tipo de servicio.

Con respecto a proyectos o estudios, los encuestados indicaron desconocen (100%) de su gestión o proyecto para la creación de un nuevo camposanto a precios accesibles en la ciudad por ello, al preguntarles su opinión sobre la creación de un nuevo camposanto (93%) se mostraron gustosos conociendo que además se ofrecería servicios exequiales a precios de acorde a la economía de la ciudadanía.

Tomando en cuenta el párrafo anterior demuestra que la creación de un nuevo camposanto cuenta un alto nivel de aceptación (93%) por parte de la ciudadanía y que además que se ofrezca servicios adicionales en esta actividad.

4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.

Cuadro 11

VERIFICACIÓN DELAS HÍPOTESIS	
La ciudadanía milagreña se ve afectada al no contar con un espacio adecuado para sepultar a sus familiares.	Considerando el criterio de los encuestados manifestaron en la pregunta 2 con un 87% que la ciudadanía milagreña se ve afectada por la inexistencia de un espacio adecuado para sepultar a sus familiares.
<ul style="list-style-type: none"> • La falta de un nuevo camposanto privado influye en los precios de los servicios exequiales que ofrece la empresa privada. 	En la pregunta 4 de la encuesta los encuestados indicaron con un 97% que la falta de un nuevo camposanto ha hecho que se incrementen los servicios exequiales de la empresa privada.
<ul style="list-style-type: none"> • La economía de los milagreños se ve afectada por los altos precios de los servicios exequiales que ofrece la empresa privada. 	En la pregunta 5 manifestaron con un 85% que los precios que ofrece la empresa privada con respecto a los servicios exequiales son altos, por lo tanto, no se ajustan a sus necesidades económicas.
<ul style="list-style-type: none"> • El desarrollo de un proyecto de construcción de un nuevo camposanto privado que ofrezca servicios exequiales a costos accesibles incide en el nivel de aceptación de la ciudadanía. 	En la pregunta 9 los encuestados respondieron con un 93% que están de acuerdo en aceptar servicios exequiales que se ofrezca en un nuevo camposanto privado a precios accesibles.

Elaborado por: Daniela Navarro & Diana Sandoya

CONCLUSIONES

- 1.- El mercado exequial cuenta con una sola empresa privada que ofrece esta clase de servicios, considerando la ciudadanía que sus costos son muy altos.
- 2.- El actual cementerio municipal, está saturado, viéndose por la necesidad repentina de las personas solicitar los servicios que ofrece la empresa privada.
- 3.- La ciudadanía milagreña se ve afectada por los altos costos que generan el brindar una cristiana sepultura a sus seres queridos, por medio de la empresa privada.
- 4.- Existe una alta tasa de mortalidad en los últimos dos años en este cantón.

RECOMENDACIONES

- 1.- Se recomienda que lo posible se ejecute el proyecto que se está proponiendo en relación a los servicios exequiales.
- 2.- Los precios deben fijarse a bajos costos que los que ofrece la competencia, para así lograr un pronto posicionamiento en el mercado.
- 3.- La ejecución de este proyecto, permitirá darle al cantón un realce en comparación con otros sectores, que no cuentan con una adecuada infraestructura en lo concerniente a los camposantos.

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 TEMA

“Estudio de factibilidad para la implementación de un camposanto que ofrezca servicios exequiales en el cantón Milagro” Periodo 2013 - 2017

5.2 JUSTIFICACIÓN

Los resultados de la encuesta permitieron demostrar que la creación de un camposanto en el cantón Milagro es una alternativa que cuenta con un alto grado de aceptación para la ciudadanía milagreña, esto hizo posible la comprobación de la hipótesis planteada, donde se resalta que los ciudadanos milagreños se ven afectados por no contar con espacio adecuado para sepultar a sus seres queridos, debido a la falta de un nuevo camposanto, por ello se considera necesario la creación de un nuevo camposanto en la ciudad de Milagro. De esta forma se le otorgará a la población una alternativa que ofrezca servicios exequiales a precios accesibles. Motivo por el cual se realizará un análisis geográfico que determine la ubicación idónea del camposanto, así mismo se hará un plano civil para indicar la distribución interna del nuevo camposanto, con respecto a los servicios exequiales se establecerá la ubicación de una oficina donde se ofrecerá los diferentes asistencias a la población milagreña, esta oficina estará conformada por personas altamente calificadas, para lo cual se elaborará un organigrama estructural para indicar la jerarquía organizacional.

Para determinar la factibilidad de esta propuesta en el mercado se realizó los respectivos de mercado con el fin de conocer la competitividad de este sector comercial, con respecto a la prestación de servicios exequiales en este cantón.

El desarrollo de esta clase de proyectos un aporte que la Universidad Estatal de Milagro propone para el crecimiento de la ciudad.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

Milagro es un cantón que mantiene un crecimiento constante, es el segundo cantón más importante de la provincia del Guayas, considerada capital de la quinta Zona, cuenta con un potencial de desarrollo urbanístico y productivo a futuro. El sector empresarial es ampliamente promisorio, destacándose varias empresas representativas como Valdez, quien es el máximo proveedor de azúcar en el Ecuador.

En la ciudad existen escuelas, colegios, centros deportivos y culturales. El cantón Milagro es el mayor productor de piñas que crece en abundancia y abastecido a los mercados nacionales e internacionales.

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

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

Los servicios funerarios más económicos pueden costar unos 300 dólares como en las salas del cementerio General de Guayaquil, pero hay planes VIP como en los cementerios privados de Quito y Guayaquil que oscila entre los 2200 y 4000 dólares

para la inhumación en parcelas dobles; incluido a su vez a este precio los servicios exequiales que pueden bordear los 600 dólares.

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

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa privada en el cantón Milagro que brinde servicios exequiales a precios accesibles acorde a las necesidades de los habitantes de la ciudad.

5.4.2 Objetivo específicos

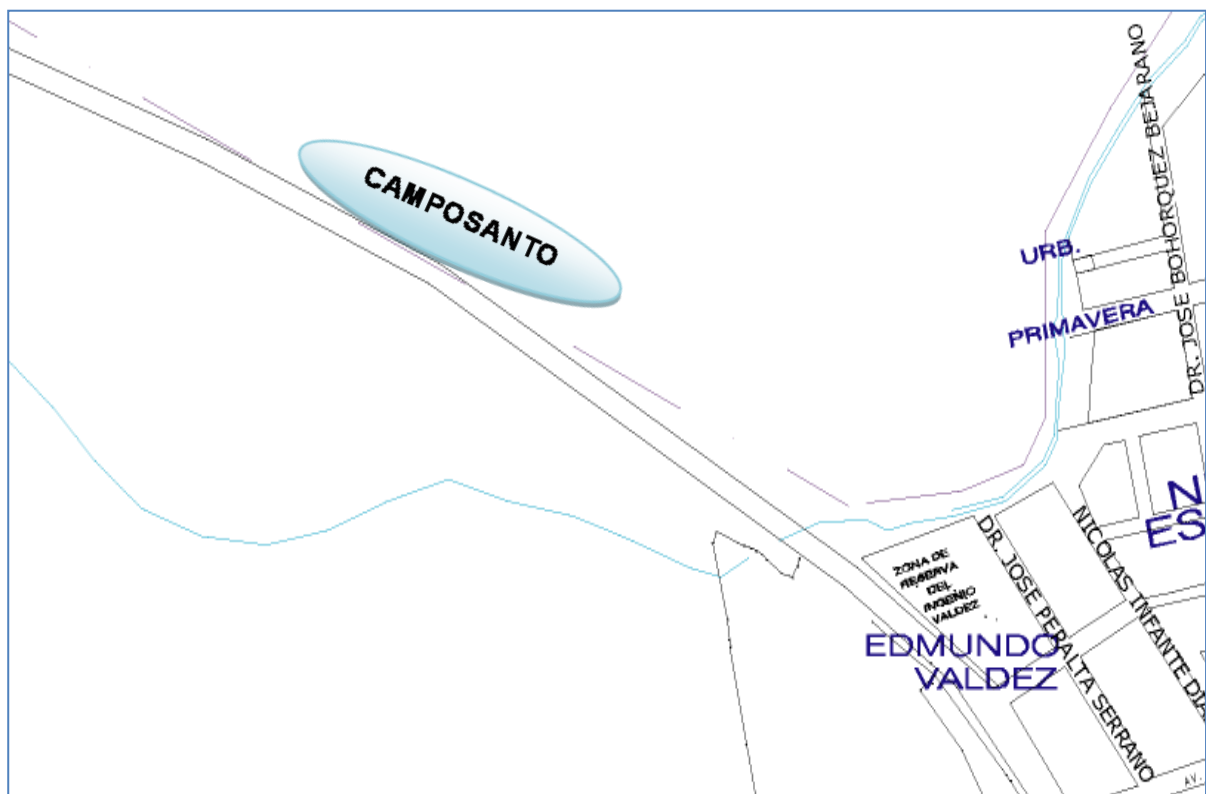
- Ofertar servicios exequiales a precios accesibles a los que la competencia brinda a la ciudadanía, con el fin de captar la mayor parte de clientes.
- Efectuar un análisis del mercado de los servicios exequiales para conocer los diferentes servicios que brinda la competencia tanto interna como externa, para diferenciarnos tanto en la calidad del servicio como de sus costos.
- Determinar las estrategias de marketing, a través del mix, con el fin de seleccionar los elementos publicitarios de mayor aceptación por parte de la ciudadanía.

5.5 UBICACIÓN

Se ha designado como un lugar idóneo para la creación del nuevo cementerio de Milagro en terrenos del Ingenio Valdez, bajando el puente Edmundo Valdez. Dentro de las características de este lugar están los siguientes:

- Es un lugar esta apartado del perímetro urbano.
- Es un espacio de fácil ubicación.
- Existe una amplia extensión de terreno.

Figura 25 Mapa de ubicación del camposanto



La oficina donde se ofrecerá los servicios exequiales podrá ubicarse en la siguiente dirección:

Ubicación de la Oficina

La oficina estará ubicada en García Moreno y Pedro Carbo, planta baja. Las características son las siguientes:

- Tamaño: 15 m2.
- Precio: \$ 400.00 dólares
- 1 baño
- 1 línea teléfono

5.6 FACTIBILIDAD

Administrativa: Para mantener una adecuada administración de los servicios exequiales es necesario contar con el personal idóneo para optimizarlas gestiones internas y externas de la oficina

Legal: No existe ningún impedimento legal para la realización de este proyecto. Se establecerá la información con respecto a requisitos legales para la creación del cementerio como de la implementación de la oficina que brindará el servicio exequial a la ciudadanía.

Presupuestario: Se establecerán los costos y gastos incurridos en este proyecto como de los que se tendrán que realizar para la creación del cementerio y la instalación de la oficina, datos que se presentaran en la evaluación financiera del proyecto, la inversión que se requiere es aproximadamente de 134,482,28 la misma que se financiara con aporte de las promotoras y financiamiento en el sistema financiero local.

Técnico: Se presentara un plano donde se demostrara la organización interna del cementerio así como de la oficina, además, se contara con el trabajo personal especializado en las distintas áreas de esta industria de servicios.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

.Nombre de la organización: “SENDEROS DE PAZ”

Figura 26 Logotipo



MISIÓN

Ofrecer a la ciudadanía un servicio de calidad, con una óptima atención y precios adecuados, brindar al cliente seguridad, solidaridad, confianza, siendo su bienestar nuestro principal objetivo, con personal altamente calificado y comprometido con la organización y el cliente.

VISIÓN

SENDEROS DE PAZ será una empresa líder en servicios exequiales, brindando un servicio integral de calidad, manteniendo ética, responsabilidad, solidaridad y cultura organizacional orientada al cliente.

Valores corporativos

Trabajo

Anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes y superar las expectativas de servicio.

Honestidad e Integridad

Es una cualidad que nos impulsa a comportarse de modo que merezca la consideración y respeto de nuestra clientela.

Responsabilidad

Asumimos la responsabilidad de sacar adelante a nuestra empresa y responder ante cualquier problema que se presente en la misma.

Confianza y Lealtad

Respetar, apoyar y estimular al personal, dándole capacitación, autoridad y responsabilidad, para mejorar su desempeño y desarrollo profesional.

Disciplina

Nos caracterizaremos por ser puntuales en nuestras obligaciones, con nuestra gente, exactos en todos nuestros cumplimientos, atenciones y muestras de amabilidad hacia nuestros clientes.

Solidaridad

PRINCIPIOS Y METAS DE LA ORGANIZACIÓN.

PRINCIPIOS.

Aprender a competir: En la actualidad la competencia es mayor, más agresiva e inevitable. Solo permanecerá en el mercado la organización que esté debidamente preparada, en todos sus niveles.

Liderazgo: ser líder para marcar la diferencia, involucraremos y nos comprometeremos; con nuestros clientes internos y externos.

Hacer bien el trabajo: La mayor ventaja competitiva de nuestra organización, se basa en una adecuada planificación en el desarrollo y cumplimiento de cada proceso. Sin embargo lo que demuestra el éxito o el fracaso son los resultados. "Se avanza cuando hay ventaja; se detiene cuando no la hay".

Conocimiento de los hechos: dispondremos de información rápida, confiable y suficiente. Para así tomar las más acertadas decisiones oportunas y adecuadas. No se parte de supuestos.

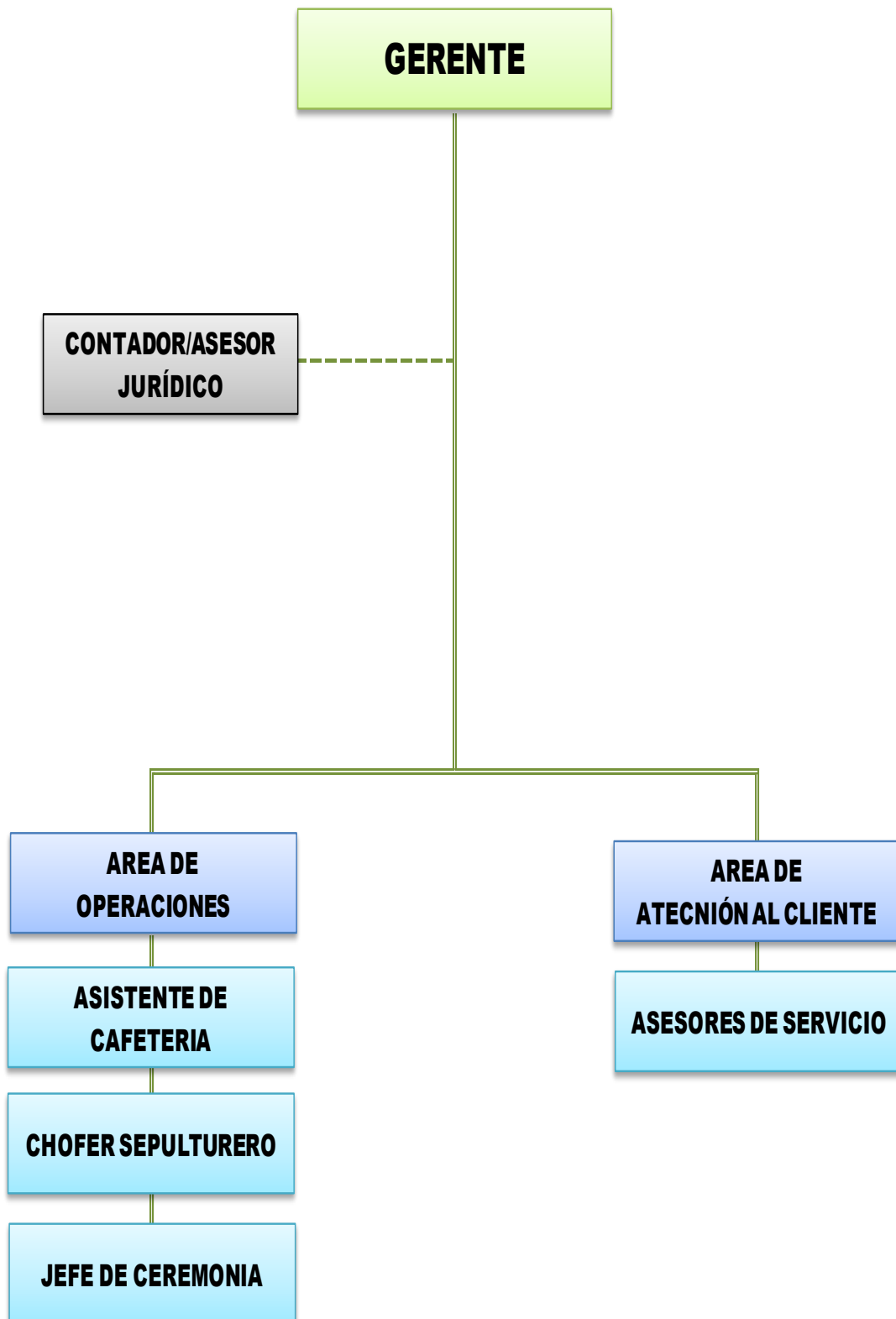
Preparación: en este mercado la competencia siempre está presente, aunque nos esté agrediendo. Hay que observarla de cerca con la finalidad de reforzar las áreas débiles para el éxito de la organización.

Aprovechar todas las oportunidades: El éxito se puede lograr con una acción rápida. La innovación y la velocidad en que apliquemos nuestras estrategias serán decisivas. No derrochando el tiempo y los recursos.

Ser mejores:La mejora continua e innovadora que aplicaremos en nuestra organización, representaran el triunfo o la permanencia en el mercado.

No declarar nuestras intenciones: la organización será más fuerte, si nuestra competencia sabe menos de lo que deseamos lograr, debemos ser sutil en las estrategias para que la competencia no pueda prevenirse contra ellas.

Figura 27 Organigrama Estructural



MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE

Función Básica

El gerente es el encargado de dirigir y coordinar todas las actividades y los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección y control de cada una de las actividades de la empresa u organización.

Funciones Específica

- Elabora planes, presupuestos y sistemas de control.
- Define las políticas de venta.
- Analiza los resultados obtenidos y la rentabilidad del negocio.
- Establece la correcta asignación y utilización de los recursos.
- Realiza investigaciones de mercado sobre los tipos de clientes y proveedores.
- Establecer el costo y precio del servicio.
- Promocionar campañas publicitarias.
- Negociar contratos y acuerdos comerciales.
- Brindar información sobre el establecimiento y servicios que ofrece.
- Recibir visitas de clientes especiales.
- Supervisa el servicio de atención al cliente.
- Atender quejas y verificar eficacia de las acciones tomadas.
- Verifica el cumplimiento de los estándares de calidad del servicio.
- Definir directrices para el reclutamiento y selección de personal.
- Establecer procesos y manuales de trabajo para su posterior aplicación.
- Investiga las preferencias, gustos y necesidades del cliente.

Perfil del cargo

- ❖ Edad: Entre los 25 y 45 años
- ❖ Género: Indistinto.
- ❖ Estado civil: Indistinto

Competencia Técnica

Profesional con título universitario en carreras de Administración, C.P.A. o carreras afines. Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
Capacitación y conocimientos requeridos
<ul style="list-style-type: none"> • Cursos generales:
<ul style="list-style-type: none"> • Ingles actualizado
<ul style="list-style-type: none"> • Word
<ul style="list-style-type: none"> • Excel
<ul style="list-style-type: none"> • PowerPoint
<ul style="list-style-type: none"> • Internet
<ul style="list-style-type: none"> • Ley de régimen tributario intermedio
Conocimientos en:
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos básicos de control gerencial y de liderazgo
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de software contable
<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de control de gerencial, financiero y contable

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL CONTADOR

Función básica
Tiene la responsabilidad de llevar al día los pagos a realizarse dentro de la organización, presentar los estados financieros para determinar el nivel de rentabilidad de la organización.
Funciones Específicas
<ul style="list-style-type: none"> • Cancela facturas, notas de venta y ticket por el pago de los proveedores. • Clasifica la información para las respectivas declaraciones. • Realiza el rol de pagos y conciliación de cuentas mensual. • Contabilizar las ventas mensuales. • Se encarga de cancelar los impuestos. • Realiza anticipos de sueldos, previa autorización del gerente.
Perfil del cargo
<ul style="list-style-type: none"> • Edad: Entre los 25 y 34 años. • Género: Indistinto. • Estado civil: Indistinto.
Competencia Técnica
Ser Ing. C.P.A. Experiencia mínima de 2 años en el desempeño de cargos similares.
Conocimientos y habilidades requeridos
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de programas básicos de office. • Manejo de programa de Excel. • Leyes y normas que rigen y se aplican a este tipo de empresas. • Herramientas de control contable y financiero. • Rapidez mental y numérica en todas las actividades a emprender. • Capacidad para trabajar en equipo. • Capacidad de trabajo bajo presión.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL ASESOR JURIDICO

Función Básica
Representante legal de las gestiones jurídicas entorno a la organización para su libre ejercicio en este sector empresarial, así como los trámites que se realizan para acceder a los servicios exequiales y sus componentes.
Función específica
❖ Realiza las gestiones legales de funcionamiento de la organización.
❖ Elabora los contratos de posesión de lotes más los servicios exequiales.
❖ Se encarga de llevar al día el pago de los permisos municipales.
Perfil del cargo
Edad: 28 a 30 años
Sexo: Indistinto
Estado Civil: Indistinto
Competencias técnicas
Educación: Estudios Superiores en Jurisprudencia.
Competencias y habilidades requeridas
Negociación
Calidad del trabajo
Habilidad analítica
Proactividad

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DE LA ASISTENTE DE CAFETERIA

Función Básica
Es el responsable de preparar y servir los alimentos que se repartirán en los días de velación. .
Función específica
❖ Prepara y sirve los alimentos que se ofrece en la velación de los cadáveres.
❖ Recoger los utensilios entregados, para su posterior aseo.
❖ Responsable de atender a todo el personal asistente a la velación
Perfil del cargo
Edad: 20 a 30 años
Sexo: Indistinto
Estado Civil: Indistinto
Competencias técnicas
Educación: Mínima Bachiller.
Competencias y habilidades requeridas
Iniciativa
Calidad del trabajo
Buena atención
Proactividad

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL SEPULTURERO

Función Básica
Transportar el féretro cavar, tapar las tumbas y los nichos, además de mantener el aseo del campo santo.
Función específica
❖ Recibe la orden de preparación de los huecos mortuorios.
❖ Prepara el espacio en donde se acudirá a enterrar al cadáver.
❖ Entierra el cadáver y coloca el césped.
❖ Informa el trabajo realizado.
Perfil del cargo
Edad: 20 a 40 años
Sexo: Indistinto
Estado Civil: Indistinto
Competencias técnicas
Educación: Mínima Bachiller.
Competencias y habilidades requeridas
Eficiente
Calidad del trabajo
Predisposición para el trabajo
Habilidad técnica
Proactividad

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL ASESOR DE SERVICIO

Función Básica
Encargados de ofrecer los servicios exequialesde forma personalizada a los posibles clientes.
Función específica
❖ Informar a los clientes los diferentes servicios que se ofrece.
❖ Entregar las publicidades.
❖ Realizan coberturas en el cantón para dar a conocer el servicio.
❖ Informan al cliente interesado las cláusulas de los contratos de los servicios.
❖ Realizan informe de la captación de clientes.
Perfil del cargo
Edad: 25 a 35 años
Sexo: Indistinto
Estado Civil: Indistinto
Competencias técnicas
Educación:Estudios superiores o título profesional en gestión empresarial, marketing.
Competencias y habilidades requeridas
Eficiente
Trabajo a presión
Calidad del servicio
Manejo de programa de Excel.
Capacidad para trabajar en equipo

FACTIBILIDAD LEGAL

La oficina que brindara los servicios exequiales estará sujeta al cumplimiento de lo siguiente.

Permiso y patente municipal

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:

Registro único de (RUC). Contribuyentes

Copia de la cedula de identidad del representante legal.

Copia del certificado de votación del representante legal.

Formulario de declaración para obtener la patente.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Una vez que el personal del cuerpo de bomberos haya inspeccionado el local, lamencionada entidad otorga este permiso. En la revisión básicamente se revisa lainstalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

Actuación de los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y administración de emergencias de carácter civil

Competencia

Artículo 19. Los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil, son los órganos competentes para la prevención, preparación y atención de incendios y otras emergencias; así como para la realización de inspecciones técnicas y emisión de informes sobre las condiciones de seguridad en espacios públicos, comerciales o privados de uso público.

Inspecciones

Artículo 20. Ninguna persona podrá oponerse a las inspecciones que el Cuerpo de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil competente practique con el fin de evitar cualquier emergencia.

Cumplimiento de normas

Artículo 21. Los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil, verificarán la aplicación de las disposiciones sobre prevención y protección contra incendios y otros siniestros, con el propósito de constatar el cumplimiento de las normas de seguridad en sus respectivas jurisdicciones.

Incumplimiento de normas de seguridad

Artículo 22. Si de las inspecciones realizadas se evidencia la falta o deficiente cumplimiento de dichas normas, el Cuerpo de Bomberos y Bomberas y Administración de Emergencias de carácter civil respectivo notificará a los propietarios, administradores y usuarios de los inmuebles para que procedan a adoptar las medidas respectivas. De no realizarse los correctivos procedentes en los plazos previstos, el Primer Comandante del Cuerpo de Bomberos en coordinación con el Ministerio de Interior y Justicia clausurará temporalmente el inmueble o establecimiento de que se trate, hasta tanto se subsanen las causas que originaron la medida. Las decisiones que se tomen de conformidad con lo dispuesto en el presente artículo se impondrán mediante acto motivado.

Procesamiento de denuncias

Artículo 23. Los Cuerpos de Bomberos y Bomberas y de Administración de Emergencias de carácter civil, de oficio o por denuncia investigarán las presuntas infracciones a las normas técnicas de prevención y protección contra incendios y otras emergencias, que pongan en peligro el ambiente, la vida de las personas, la integridad de sus bienes o el ejercicio de sus derechos, y están facultados para adoptar en el ámbito de su competencia, las medidas pertinentes para solventar la irregularidad detectada.

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.

La siguiente CODIFICACIÓN Y REFORMAS A LA LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Capítulo I

DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Concepto de Registro Único de Contribuyentes.- Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

Art. 2.- Del Registro (Sustituido inc. 1 por el Art. 21 de la Ley 41, R.O. 206, 2-XII-97).- El Registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas.

Todos los organismos del Sector Público así como las instituciones, empresas particulares y personas naturales están obligados a prestar la colaboración que sea necesaria dentro del tiempo y condiciones que requiera dicha Dirección.

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- (Reformado por el Art. 4 de la Ley 63, R.O. 366, 30-I-90).- Todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de Contribuyentes. Si un obligado a inscribirse no lo hiciera, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, sin perjuicio de las sanciones a que se hiciera acreedor por tal omisión, el Director General de Rentas asignará de oficio al correspondiente número de inscripción.

También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las entidades del sector público; las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional; así como toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro.

Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlo y lo consideran conveniente.

Art. 4.- De la inscripción.- La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las Oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado.

Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades según el caso y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.

Aquellos contribuyentes, personas naturales que desarrollen actividades como empresas unipersonales, y que operen con un capital en giro de hasta S/. 10.000, 00, serán consideradas únicamente como personas naturales para los efectos de esta Ley. En todo caso, la Dirección General de Rentas, deberá, de conformidad con lo prescrito en el Reglamento, calificar estos casos.

La solicitud de inscripción contendrá todos los datos que sean requeridos, y que señale el Reglamento y se presentarán en los formularios oficiales que se entregarán para el efecto.

En caso de inscripciones de oficio la administración llenará los formularios correspondientes.

Art. 5.- Del Número de Registro.- La Dirección General de Rentas, establecerá, el sistema de numeración que estime más conveniente para identificar a las personas

jurídicas, entes sin personalidad jurídica, empresas unipersonales, nacionales y extranjeras, públicas o privadas.

Para las personas naturales, que no constituyan empresas unipersonales, el número de identificación tributaria estará dado por el número de la cédula de identidad y/o ciudadanía.

Art. 6.- De las Sucursales y Agencias.- Las empresas o sociedades que tuvieren sucursales, agencias u otros establecimientos permanentes en el país, al inscribir la matriz tienen también la obligación de registrarlas, utilizando el formulario correspondiente. Si posteriormente constituyeren nuevos establecimientos de esta índole, deberá procederse a su registro en las condiciones estipuladas en los artículos anteriores.

Art. 7.- Del Otorgamiento del Número de Registro.- A la presentación de la solicitud se otorgará el número de inscripción, mediante un certificado de inscripción. Igual procedimiento se observará en el caso de inscripciones de oficio.

Art. 8.- De la Intransferibilidad del Certificado de Inscripción.- El certificado de inscripción con el número de identificación tributaria es un documento público, intransferible y personal.

Art. 9.- De las Responsabilidades.- Los obligados a inscribirse son responsables de la veracidad de la información consignada, para todos los efectos jurídicos derivados de este acto.

En el caso de los responsables por representación se estará a lo dispuesto en el artículo 26 del Código Tributario.

Art. 10.- Del uso del número de Inscripción en Documentos.- El número de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes determinado en la forma establecida en el artículo 5 de esta Ley, deberá constar obligatoriamente en los siguientes documentos:

- a) Cédula Tributaria;
- b) Certificado Militar o Cédula de las Fuerzas Armadas;

- c) Certificado de antecedentes personales conferido por la Policía Civil Nacional;
 - d) Documento de afiliación personal al Seguro Social;
 - e) Licencias de conductores;
 - f) Matrículas de Comerciantes;
 - g) Matrículas de Industriales;
 - h) Cédulas de Agricultores;
 - i) Documento de afiliaciones a las Cámaras de Artesanías y Pequeñas Industrias;
 - j) Carnés de los Colegios Profesionales;
 - k) Registros de importadores y exportadores;
 - l) Documentos que contengan la matrícula de vehículos (no placas);
 - m) Catastro de la Propiedad;
 - n) Declaraciones y comprobantes de pago de toda clase de tributos, cuya recaudación se realice por cualquier tipo de institución;
 - ñ) Certificado de no adeudar al Fisco o a los Municipios;
 - o) Facturas, Notas de Ventas, Recibos y más documentos contables que otorgan los contribuyentes por actos de comercio o servicios;
 - p) Planillas de sueldos de todas las instituciones de derecho público o privado;
 - q) Permisos de importación, pólizas de exportación y pedimentos de aduana;
 - r) En todos los documentos que el Estado y las instituciones oficiales y privadas confieran en favor de terceros y siempre que se relacionen con aspectos tributarios;
- y,
- s) En todas las etiquetas y envases de productos que físicamente así lo permitieren.

Superintendencia de Compañías.- La empresa que brindara los servicios exequiales, está sujeta a presentar la información correspondiente de acuerdo al artículo 20 de la Ley de Compañías, que entre otros determina enviar en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
 - b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas;
- y,

- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

Servicio de Rentas Internas.- SENDEROS DE PAZ tiene las siguientes obligaciones tributarias:

- a) Anexo de compras de retenciones en la Fuente por Otros Conceptos
- b) Declaración de Impuesto a la Renta Sociedades
- c) Declaración de Retenciones en la Fuente
- d) Declaración Mensual de IVA

Permiso de funcionamiento del ministerio de salud pública

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de salud previamente cumplido los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación:

- Permiso de dirección de Higiene Municipal.
- Registro único de contribuyentes (RIC).
- Copia de cedula del representante legal
- Papeleta de votación del representante legal
- Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
- Documento de afiliación a la cámara de comercio.

Afiliación a la cámara de comercio

Emitido por la cámara de comercio donde se vaya a realizar las actividades comerciales, en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las instalaciones de la cámara de comercio del cantón Milagro, presentando los requisitos necesarios y el recibo oficial de caja.

FACTIBILIDAD PRESUPUESTARIA:

Por ser una organización nueva en el mercado tendrá que proveerse de equipos u otros activos para acondicionar la oficina donde se brindará los servicios exequiales, para ello se determinaran los presupuestos en base a las cotizaciones de los activos costos y gastos en los cuales se incurrirá para apertura su presencia en esta plaza comercial del cantón Milagro.

FACTIBILIDAD TÉCNICA:

Desde el punto de vista técnico, la estructura organizacional donde funcionará esta oficina contara con 20 metros cuadrados, el espacio físico está distribuido de la siguiente forma:

- Oficina del gerente tendrá 5 metros cuadrados.
- El área de servicio contendrá 6 metros cuadrados.
- Una sala de espera de 5 metros cuadrados.
- Baño general tendrá 4 metros cuadrados

En relación al cementerio este contendrá 8400 metros cuadrados:

70 de ancho y 120 de largo

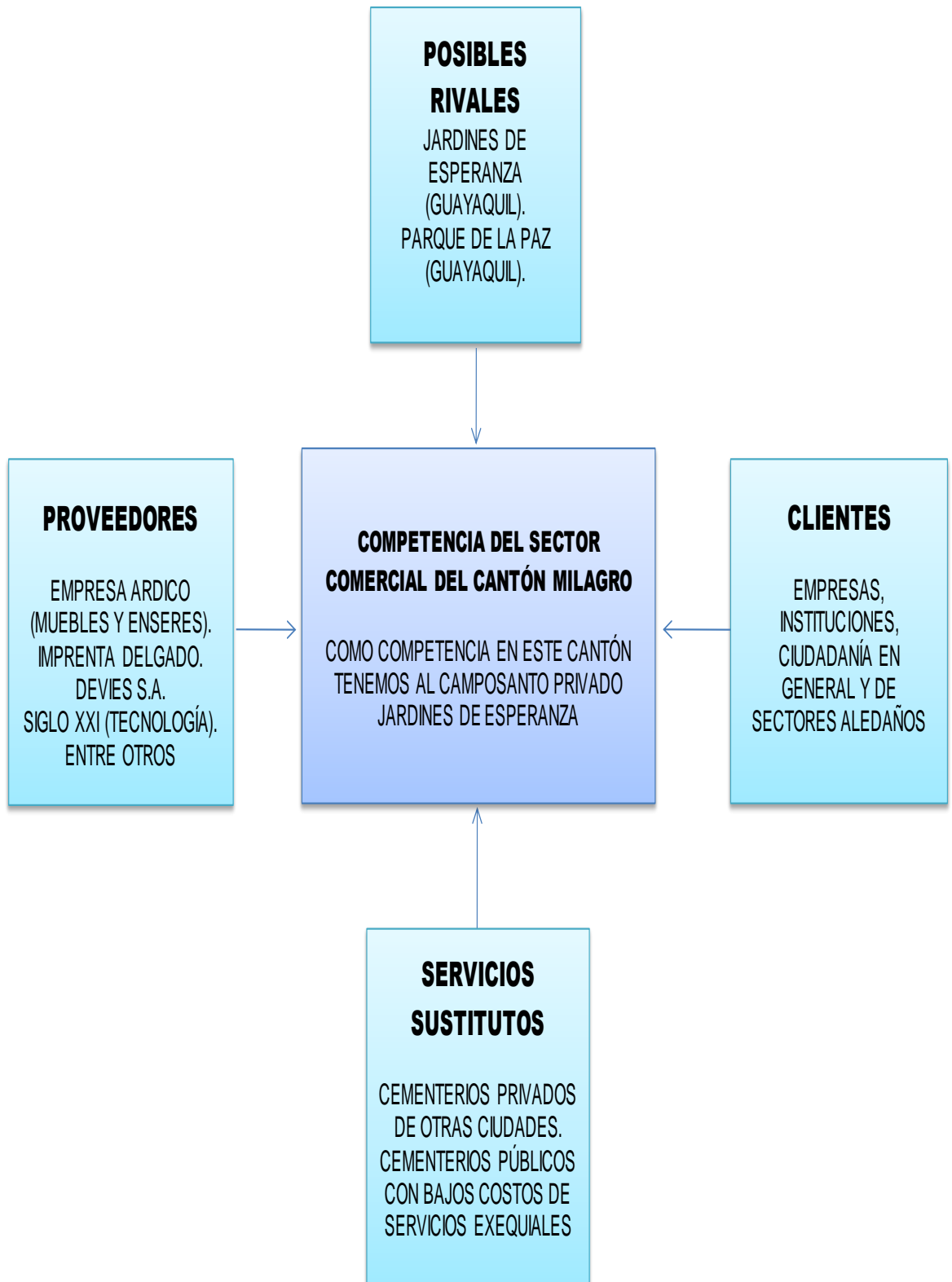
Capilla:

Anfiteatro:

Parqueadero

Mausoleos:

Figura 28 Análisis de las cinco Fuerzas de Porter



Elaborado por: Daniela Navarro & Diana Sandoya

Cuadro 12

F1 BARRERAS DE ENTRADA	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- FUERTE INVERSIÓN INICIAL		X	
2.- PERMISOS MUNICIPALES	X		
3.- CREDIBILIDAD	X		
4.- BAJO COSTO DEL SERVICIO	x	0	
	3	1	0
AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES	75%	25%	0%

El nivel de barreras de entrada demuestra una baja afectación del 75%, es decir que no se le presentará mayores problemas a la nueva organización que brindará los servicios exequiales. La misma que deberá buscar los debidos financiamientos para aperturar esta nueva alternativa.

Cuadro 13

F2 PRODUCTOS SUSTITUTOS	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- PRECIOS ACCESIBLES		X	
2. - PROPENCION A CAMBIAR	X		
3.- MERCADERIA IMPORTADA		X	
4.- ASOCIACIONES ESPECIALIZADAS		X	
	1	3	0
AMENAZA DE SUSTITUCION	25%	75%	25%

El cuadro demuestra un nivel medio de sustitución, debido que esta actividad resulta un buen negocio, por lo tanto, la empresa privada o pública puede tratar de posicionarse. Razón por la cual esta nueva propuesta deberá establecerse en este mercado empleando estrategias comerciales para liderar esta plaza.

Cuadro 14

F3 DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	BAJO	MEDIO	ALTO
1. COMPETIDORES DE UN TAMAÑO EQUIVALENTE	X		
2. ESTRATEGIAS COMERCIALES	X		
3. CRECIMIENTO DEL MERCADO			X
4. CALIDAD/PRECIO	X		
	3	0	1
ANALISIS DE RIVALIDAD	75%	0%	25%

El cuadro de la determinación de la rivalidad muestra un nivel bajo de existencia con respecto a la competencia, esto se da a que este tipo de servicios no han sido explotados en este mercado, prueba de ello, es la presencia de una sola empresa privada que ofrezca esta asistencia, además de que mantienen un cementerio privado. Cabe mencionar que la propuesta de brindar servicios exequiales esta complementada con la creación de un camposanto, el cual será propuesto al Municipio para que este lo ponga en marcha.

Cuadro 15

F4 PODER DE LOS COMPRADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- SERVICIOS IGUALES			X
2.- IMAGEN CORPORATIVA	X		
3.- EFICASIA EN EL SERVICIO			X
4.- MERCADO AMPLIO			X
	1	0	3
PODER DEL CONSUMIDOR	25%	0%	75%

El poder de compra según el cuadro es de nivel alto, es decir que los clientes tienen la decisión de solicitar nuestros servicios o inclinarse por la competencia existente en el mercado. Esto da pie a que la empresa emplee adecuados planes promocionales accesibles a los de la rivalidad, con el fin de ganar mercado.

Cuadro 16

F5 NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- PRESENCIA DE NUEVOS EMPRESAS.	X		
2.- IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR	X		
3. IMPACTO ECONOMICO	X		
4. COMPROMISOS CON GRANDES EMPRESAS			X
	1	0	1
PODER DE LOS PROVEEDORES	75%	0%	25%

El cuadro demuestra un nivel bajo de amenaza (75%), con respecto a la negociación con los proveedores, debido a la gran cantidad de los mismos en este mercado, que ofrecen un sin número de productos o insumos. Por lo tanto la empresa no tendrá dificultades de proveerse de los equipos, muebles u otros implementos para poner en marcha la empresa.

Cuadro 17

RESUMEN DEL ANALISIS DEL SECTOR COMERCIAL, NIVEL DE ATRACTIVIDAD						
	ACTUAL			FUTURO		
	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
MAGNITUD DE LA EMPRESA						
BARRERAS DE ENTRADA	3	1	0		x	
PRODUCTOS SUSTITUTOS	1	3	0			x
DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	3	0	1			x
PODER DE LOS COMPRADORES	1	0	3		x	
NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	1	0	1	x		
EVALUACION GENERAL	9	9	2			

El análisis del sector comercial demuestra un crecimiento a futuro, es decir que la competencia tiende a incrementarse con esta actividad, por ello, esta organización debe enfocarse en ofrecer buen servicio, precios accesibles y confiabilidad para lograr la fidelidad de la ciudadanía.

ANALISIS FODA

FORTALEZAS

- TALENTO HUMANO CALIFICADO.
- PRECIOS ACCESIBLES
- PLANES PROMOCIONALES
- SEGURIDAD PARA EL CAMPOSANTO

DEBILIDADES

- NUEVOS EN EL MERCADO
- LA OFICINA NO ES PROPIA
- ESCASO CAPITAL
- NO POSEER VEHICULOS PROPIOS PARA EL TRASLADO DE LOS CUERPOS

OPORTUNIDADES

- EL SISTEMA FINANCIERO OTORGA FINANCIAMIENTOS
- NO EXISTEN UN SIN NUMERO DE EMPRESAS QUE SE DEDIQUEN A BRINDAR ESTE TIPO DE SERVICIO EN LA CIUDAD.
- CONSESIONARIAS BRINDAN ACCESIBILIDAD DE CRÉDITOS PARA FINANCIAR UN VEHÍCULO.
- CUMPLIR CON TODOS LOS REQUISITOS PARA ASI ADQUIRIR NUESTROS PERMISOS NECESARIOS PARA EL NEGOCIO

AMENAZAS

- INESTABILIDAD POLÍTICA DEL GOBIERNO
- INCREMENTO DE LA COMPETENCIA.
- CATASTROFES NATURALES
- CREACION DE UN NUEVO CEMENTERIO MUNICIPAL

Cuadro 18 MATRIZ FO-FA-DO-DA

<p>“Estudio de factibilidad para la implementación de un camposanto que ofrezca servicios exequiales en el cantón Milagro” Periodo 2013 - 2017</p>	<p>FORTALEZAS</p>	<p>DEBILIDADES</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • TALENTO HUMANO CALIFICADO. 	<ul style="list-style-type: none"> • NUEVOS EN EL MERCADO
	<ul style="list-style-type: none"> • PRECIOS ACCESIBLES 	<ul style="list-style-type: none"> • LA OFICINA NO ES PROPIA
	<ul style="list-style-type: none"> • PLANES PROMOCIONALES 	<ul style="list-style-type: none"> • ESCASO CAPITAL
<ul style="list-style-type: none"> • SEGURIDAD PARA EL CAMPOSANTO 	<ul style="list-style-type: none"> • NO POSEER VEHICULOS PROPIOS PARA EL TRASLADO DE LOS CUERPOS 	
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>FO</p>	<p>DO</p>
<ul style="list-style-type: none"> • EL SISTEMA FINANCIERO OTORGA FINANCIAMIENTOS 	<p>APROVECHAR LAS EXPO-FERIAS EN LA LOCALIDAD PARA COLOCAR STANS, CON EL FIN DE DAR A CONOCER TODOS LOS SERVICIOS QUE OFRECERA LA EMPRESA PRIVADA</p>	<p>APROVECHAR LAS FACILIDADES QUE OFRECE EL SISTEMA BANCARIO, PARA ACCEDER A UN FINANCIAMIENTO, Y ASI CUBRIR CON LOS ALTOS COSTOS DE INICIACIÓN DE LA OFICINA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • NO EXISTEN UN SIN NUMERO DE EMPRESAS QUE SE DEDIQUEN A BRINDAR ESTE TIPO DE SERVICIO EN LA CIUDAD. 		
<ul style="list-style-type: none"> • CONSEJONARIAS BRINDAN ACCESIBILIDAD DE CRÉDITOS PARA FINANCIAR UN VEHÍCULO. 	<p>CAPACITAR CONSTANTEMENTE AL TALENTO HUMANO, PARA POTENCIALIZAR LOS CONOCIMIENTOS Y SEAN PUESTO EN PRÁCTICA, CON EL FIN DE OPTIMIZAR EL SERVICIO.</p>	<p>LA PRESTACION DE LOS SERVICIOS EXEQUIALES, HACE NECESARIO QUE ESTA CUENTE CON UNA CARROZA FUNEBRE, POR ELLO, ES IMPORTANTE QUE SE ANALICE LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECE LAS CONCESIONARIAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • CUMPLIR CON TODOS LOS REQUISITOS PARA ASI ADQUIRIR NUESTROS PERMISOS NECESARIOS 		
<p>AMENAZAS</p>	<p>FA</p>	<p>DA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • INESTABILIDAD POLÍTICA DEL GOBIERNO 	<p>LOS PRECIOS JUEGAN UN PAPEL MUY IMPORTANTE EN EL POSICIONAMIENTO DE TODA EMPRESA, POR ELLO SE CONSIDERA QUE SE OFREZCA A LA CIUDADANÍA Y SUS ALREDEDORES COSTOS ACCESIBLES DEL SERVICIO EXEQUIAL, ASÍ COMO LA VENTA DE LOTES, CON FACILIDADES DE PAGO, AJUSTÁNDOSE A LAS NECESIDADES DE LA POBALCIÓN.</p>	<p>EMPLEAR HERRAMIENTAS PUBLICITARIAS EN LUGARES ESTRATÉGICOS DE ESTE CANTÓN Y SECTORES ALEDAÑOS. ASÍ COMO LA UTILIZACIÓN DE LOS MEDIOS RADIALES, IMPRESOS, TELEVISIVOS, LA WEB, BALLAS PUBLICITARIAS, ENTRE OTROS.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • INCREMENTO DE LA COMPETENCIA. 		
<ul style="list-style-type: none"> • CATASTROFES NATURALES 		
<ul style="list-style-type: none"> • CREACION DE UN NUEVO CEMENTERIO MUNICIPAL 		

5.7.1 Actividades

La oficina que brindara los servicios exequiales presenta como componentes del Marketing Mix los siguientes:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Estos cuatro elementos están relacionados entre sí con las necesidades de los clientes.

Producto/servicio

La oficina brindará los servicios exequiales a través de varias alternativas, para de esta manera poder satisfacer las diferentes necesidades de los clientes acorde a sus posibilidades económicas, por lo cual se ha propuesto los siguientes paquetes promocionales:

Básico

Cofre mortuario(Sencillo)

Capilla ardiente

3 Arreglos florales

1 Bus pequeño (Para 30 personas)

Cortinaje y accesorios fúnebres

Formolización

Traslado del cuerpo.

Anuncio por el periódico del fallecido (15 x10) a blanco y negro.

Servicios de cafetería

Carpa con 50 sillas

Medio

Cofre mortuario(Mejor calidad que el servicio anterior)

Capilla ardiente

4 Arreglos florales

1 Bus (Para 50 personas)

Cortinaje y accesorios fúnebres

Formolización

Traslado del cuerpo.

Servicios de cafetería

2 Carpa con 50 sillas

Lujo

Cofre mortuorio(Mejor calidad que el servicio anterior)

Capilla ardiente

5 Arreglos florales

2 Buses (Para 50 personas)

Cortinaje y accesorios fúnebres

Formolización

Traslado del cuerpo.

Anuncio por el periódico del fallecido (15 x10) a blanco y negro.

Servicios de cafetería

3 Carpa con 100 sillas

Lujo presidencial

Cofre mortuorio(Mejor calidad que el servicio anterior)

Capilla ardiente

6 Arreglos florales

2 Buses (Para 50 personas)

Cortinaje y accesorios fúnebres

Formolización

Traslado del cuerpo.

Anuncio por el periódico del fallecido (15 x10) a blanco y negro.

Servicios de cafetería

3 Carpa con 100 sillas

Servicios Adicionales

Sala de velación

50 sillas adicionales a las dadas en el servicio de velación.

Cremación

Venta de las lapidas

Recogida del cuerpo

DE 1 A 60 KM

61 KM A 122 KM

123 KM A 246 KM

247KM En adelante (Dentro del país)

PRECIO

Los precios de los diferentes servicios están estimados a un costo menor al de la competencia. Cabe mencionar que los lotes de terrenos serán vendidos por el Ilustre Municipio del Cantón, por lo tanto su costo es accesible. Así mismo se ha enfocado cada servicio exequial, como se aprecia en el siguiente cuadro:

Cuadro 19

PRECIOS			
INGRESOS	CANT	VALOR	LOTES VENDIDOS EN EL PRIMER MES
LOTES QUE ESPERAMOS VENDER			6
LOTES CON UBICACIÓN	555	1500,00	1.800,00
LOTES SIN UBICACIÓN	390	800,00	1.200,00
TOTAL DE LOTES VENDIDOS			3.000,00
SERVICIO FUNERARIOS PREPAGADOS			-
BASICO	108	960,00	80,00
MEDIO	108	1280,00	106,67
LUJO	72	1520,00	84,44
LUJO PRESIDENCIAL	72	1760,00	97,78
SERVICIO DE CREMACIÓN	1	2500,00	
SERVICIOS FUNERARIOS A CONTADO			
BASICO	8	600,00	4.800,00
MEDIO	8	800,00	6.400,00
LUJO	6	950,00	5.700,00
LUJO PRESIDENCIAL	3	1100,00	3.300,00

SERVICIO TRASLADO DEL CUERPO			-
DE 1 A 60 KM	3	100,00	300,00
61 KM A 122 KM	3	180,00	540,00
123 KM A 246 KM	1	250,00	250,00
247KM EN ADELANTE (DENTRO DEL PAÍS)	1	420,00	420,00

PLAZA

Es un componente del Marketing Mix de trascendental importancia ya que se define la ubicación de la empresa en un lugar físico para llevar a cabo sus actividades y ofrecer sus servicios facilitando su acceso al cliente.

La oficina de servicios exequiales funcionara con sede en el cantón Milagro así como su área de influencia, es decir sectores como Mariscal Sucre, Yaguachi, El Deseo, Naranjito, Carrizal, Km 26 entre otros

Mezcla de la Comunicación

Los medios de comunicación que se utilizará para que el mercado se entere de la existencia del producto o servicio son:

- Publicidad
- Relaciones Públicas

PUBLICIDAD

La publicidad se la realizará por medio de la contratación de espacios comerciales como radio, periódicos, volantes, tarjetas de presentación, dípticos, ofreciendo nuestros servicios a clientes potenciales a través de éstos medios de información.

Radio:

A través de emisoras locales anunciaremos nuestros servicios tales como:

ATALAYA: Los días martes, jueves y sábados en horario de 7:00 AM

VOZ DE MILAGRO: Los días lunes, miércoles y viernes en horario de 12:00 PM

Tarjetas De Presentación: Por medio de esta forma de publicidad, como son las tarjetas de presentación, se espera captar la atención de la ciudadanía para que nos tengan presente para cualquier servicio que requieran.

Periódicos: Mediante es te medio de comunicación, esperamos darnos a conocer en todo nuestro cantón, ya que periódicos como la prensa “LA VERDAD” tiene una gran acogida en Milagro y sus alrededores.

MERCADEO DIRECTO

Hojas Volantes:Para darnos a conocer más rápido la existencia de la empresa, se repartirá hojas volantes con la finalidad de captar mayor cantidad de clientes microempresarios.

Trípticos:Los clientes que visiten nuestras instalaciones se les entregaran dípticos con el propósito de captar su interés e incentivarlos a utilizar nuestros servicios.

Figura 29 Parte posterior del díptico



Figura 30 Parte inferior del díptico

Senderos de Paz

MISIÓN
Ofrecer a la ciudadanía un servicio de calidad brindando una óptima atención y precios adecuados, dando al cliente seguridad, solidaridad, confianza, siendo su bienestar nuestro principal objetivo, con personal altamente calificado comprometido con la organización y el cliente.

Senderos de Paz

VISIÓN
SENDERO DE PAZ será una empresa líder en servicios exequiales, brindando un servicio integral de calidad, manteniendo ética, responsabilidad, solidaridad, y cultura organizacional orientada al cliente.

OBJETIVO GENERAL
Proponer la creación de un cementerio privado en cantón Milagro que brinde servicios exequiales a precios accesibles, permitiéndole a la ciudadanía contar con un espacio seguro y confortable para sepultar a sus seres queridos.

SERVICIOS QUE OFRECEMOS

BÁSICO	MEDIO
Cofre mortuario (sencillo)	Cofre mortuario (mejor calidad)
Capilla ardiente	Capilla ardiente
3 arreglos florales	4 arreglos florales
1 bus pequeño (para 30 personas)	1 bus (para 50 personas)
Cortinaje y accesorios funebres	Cortinaje y accesorios funebres
Formolización	Formolización
Traslado del cuerpo	Traslado del cuerpo
Anuncio en el periódico	Anuncio en el periódico
Servicio de cafetería	Servicio de cafetería
Carpa con 50 sillas	2 Carpas con 50 sillas

LUJO	LUJO PRESIDENCIAL
Cofre mortuario (mejor calidad que el servicio anterior)	Cofre mortuario (mejor calidad que el servicio anterior)
Capilla ardiente	Capilla ardiente
5 arreglos florales	6 arreglos florales
2 buses (para 50 personas)	1 bus pequeño (para 30 personas)
Cortinaje y accesorios funebres	Cortinaje y accesorios funebres
Formolización	Formolización
Traslado del cuerpo	Traslado del cuerpo
Anuncio en el periódico 10x15 cm BYN	Anuncio en el periódico
Servicio de cafetería	Servicio de cafetería
3 Carpas con 100 sillas	Carpa con 50 sillas

SERVICIOS ADICIONALES
Sala de velación - 50 sillas adicionales
Cremación - Venta de lápidas

RELACIONES PÚBLICAS

Tomando en cuenta que la ciudadanía no conoce de la existencia de nuestra empresa en el mercado, pondremos a nuestro selecto recurso humano a disposición del público los mismos que ofrecerán los diferentes planes promocionales.

PROMOCIÓN

Dentro de las estrategias promocionales se ofrecerá incentivos con el fin de provocar ventas inmediatas, la misma que deberá ser innovadora y agresiva de tal manera que neutralice y, de ser posible, supere a la de los competidores.

El mercado actual cada vez es más competitivo; exige gran capacidad de creatividad y habilidad para promocionar nuestros servicios.

La empresa utilizará la siguiente promoción:

Promoción Interna: Esta se otorgará al personal de la oficina, la cual consistirá en una comisión basada en el número de nuevos clientes que se logre captar (15).

Promoción Externa: Se ubicará un stand una vez por mes durante un semestre la cual será ubicada en lugares estratégicos y ofreceremos descuentos especiales por contrato de servicio.

- Se ofrecerá un descuento del 3% por cada paquete de los que están descritos anteriormente a las 10 primeras personas que soliciten los servicios.
- Cada 3 meses se realizará descuentos del 5% por la compra de servicios de lujo y lujo presidencial.
- Se realizará un descuento del 5% a las personas que soliciten 2 servicios exequiales.

5.7.2 Recursos, Análisis financiero

Cuadro 20

ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO. UNITARIO	COSTO. TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
4	ESCRITORIOS	320,00	1.280,00
6	SILLAS EJECUTIVAS	95,00	570,00
4	ARCHIVADORES	85,00	340,00
10	JUGO DE MESAS Y SILLAS	85,00	850,00
200	SILLAS	8,00	1.600,00
	TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES		4.640,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
4	COMPUTADORAS	450,00	1.800,00
2	IMPRESORA	230,00	460,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		2.260,00
	EQUIPO DE OFICINA		
1	TELEFONO	160,00	160,00
1	AIRE ACONDICIONADO SPLIT DE 18,000VTU	650,00	650,00
6	VENTILADORES	35,00	210,00
	TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA		1.020,00
	VEHICULO		
1	CAMIONETA	25.000,00	25.000,00
	TOTAL DE VEHICULO		25.000,00
	TERRENO		
8400	PREDIO70mx120m	8,95	75.180,00
	TOTAL DE TERRENO		75.180,00
	EDIFICIO		
	INFRAESTRUCTURA	60.000,00	60.000,00
	TOTAL DE EDIFICIO		60.000,00
	UTENSILIOS DE COCINA		
1	MATERIALES	300,00	300,00
	TOTAL DE UTENSILIOS DE COCINA		300,00
	EQUIPO Y MAQUINARIA		
1	ACCESORIO DE ATAUD (PORTA CAJAS)	230,00	230,00
1	COCINA INDUSTRIAL	300,00	300,00
	TOTAL DE EQUIPO Y MAQUINARIA		530,00
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			\$ 168.930,00

Cuadro 21

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	% DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	4.640,00	10%	38,67	464,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2.260,00	33%	62,15	745,80
EQUIPO DE OFICINA	1.020,00	10%	8,50	102,00
UTENSILIOS	300,00	10%	2,50	30,00
EDIFICO	60.000,00	5%	250,00	3.000,00
VEHICULO	25.000,00	20%	416,67	5.000,00
EQUIPO Y MAQUINARIA	530,00	10%	4,42	53,00
TOTAL	93.750,00		782,90	9.394,80

Cuadro 22

NÓMINA AÑO 1								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL
ADMINISTRADOR	650,00	54,17	26,50	27,08	80,28		677,48	8.129,70
ASESORES DE VENTAS	4.800,00	400,00	26,50	200,00	592,80		4.833,70	58.004,40
ASISTENTE DE CAFETERIA	318,00	26,50	26,50	13,25	39,27		344,98	4.139,72
SEPULTURERO	350,00	29,17	26,50	14,58	43,23		377,03	4.524,30
CHOFERES	700,00	58,33	26,50	29,17	86,45		727,55	8.730,60
JEFE DE CEREMONIA	318,00	26,50	26,50	13,25	39,27		344,98	4.139,72
TOTAL	7.136,00						7.305,70	87.668,45

NÓMINA AÑO 2								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL
ADMINISTRADOR	676,00	56,33	26,50	28,17	83,49	56,31	759,82	9.117,90
ASESORES DE VENTAS	4.992,00	416,00	26,50	208,00	616,51	415,83	5.441,82	65.301,86
ASISTENTE DE CAFETERIA	330,72	27,56	26,50	13,78	40,84	27,55	385,27	4.623,18
SEPULTURERO	364,00	30,33	26,50	15,17	44,95	30,32	421,37	5.056,41
CHOFERES	728,00	60,67	26,50	30,33	89,91	60,64	816,23	9.794,81
JEFE DE CEREMONIA	330,72	27,56	26,50	13,78	40,84	27,55	385,27	4.623,18
TOTAL	7.421,44						8.209,78	98.517,34

NÓMINA AÑO 3								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL
ADMINISTRADOR	703,04	58,59	26,50	29,29	86,83	58,56	789,16	9.469,89
ASESORES DE VENTAS	5.191,68	432,64	26,50	216,32	641,17	432,47	5.658,43	67.901,21
ASISTENTE DE CAFETERIA	343,95	28,66	26,50	14,33	42,48	28,65	399,62	4.795,39
SEPULTURERO	378,56	31,55	26,50	15,77	46,75	31,53	437,16	5.245,94
CHOFERES	757,12	63,09	26,50	31,55	93,50	63,07	847,82	10.173,89
JEFE DE CEREMONIA	343,95	28,66	26,50	14,33	42,48	28,65	399,62	4.795,39
TOTAL	7.718,30						8.531,81	102.381,71

PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL
ADMINISTRADOR	731,16	60,93	26,50	30,47	90,30	60,91	819,66	9.835,97
ASESORES DE VENTAS	5.399,35	449,95	26,50	224,97	666,82	449,77	5.883,71	70.604,54
ASISTENTE DE CAFETERIA	357,71	29,81	26,50	14,90	44,18	29,80	414,54	4.974,48
SEPULTURERO	393,70	32,81	26,50	16,40	48,62	32,80	453,59	5.443,06
CHOFERES	787,40	65,62	26,50	32,81	97,24	65,59	880,68	10.568,12
JEFE DE CEREMONIA	357,71	29,81	26,50	14,90	44,18	29,80	414,54	4.974,48
TOTAL	8.027,03						8.866,72	106.400,66

NÓMINA AÑO 5								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL
ADMINISTRADOR	760,41	63,37	26,50	31,68	93,91	63,34	851,39	10.216,69
ASESORES DE VENTAS	5.615,32	467,94	26,50	233,97	693,49	467,76	6.118,00	73.416,00
ASISTENTE DE CAFETERIA	372,02	31,00	26,50	15,50	45,94	30,99	430,06	5.160,74
SEPULTURERO	409,45	34,12	26,50	17,06	50,57	34,11	470,67	5.648,06
CHOFERES	818,90	68,24	26,50	34,12	101,13	68,21	914,84	10.978,13
JEFE DE CEREMONIA	372,02	31,00	26,50	15,50	45,94	30,99	430,06	5.160,74
TOTAL	8.348,11						9.215,03	110.580,37

Cuadro 23

GASTOS DE GENERALES	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	15,00	103,00	107,12	111,40	115,86	120,50
ENERGIA ELECTRICA	150,00	1.800,00	1.872,00	1.946,88	2.024,76	2.105,75
TELEFONO	70,00	840,00	873,60	908,54	944,89	982,68
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	600,00	600,00	35,00	36,40	37,86	39,37
ARRIENDO	1.000,00	12.000,00	12.480,00	12.979,20	13.498,37	14.038,30
ALQUILER DE TRANSPORTE	700,00	4.200,00	4.368,00	4.542,72	4.724,43	4.913,41
SUMINISTROS	320,00	770,00	800,80	832,83	866,15	900,79
GASTOS VARIOS (café, azúcar et	200,00	2.400,00	2.496,00	2.595,84	2.699,67	2.807,66
GASTOS DE ADECUACIÓN	400,00	650,00	676,00	703,04	731,16	760,41
GASTOS DE PLASTIFERIA (VASOS, PLATOS DESECHABLES, CUCHARAS, SERVILETA, ETC.)	100,00	760,00	790,40	822,02	854,90	889,09
MATERIALES DE ASEO	150,00	700,00	728,00	757,12	787,40	818,90
DEP. MUEBLES Y ENSERES	38,67	464,00	464,00	464,00	464,00	464,00
DEP. DE EQUIPO DE COMP.	62,15	745,80	745,80	745,80		
DEP. DE EQUIPO DE OFICINA	8,50	102,00	102,00	102,00	102,00	102,00
DEP. DE EDIFICIO	250,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
DEP DE VEHICULO	416,67	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
DEP . UTENSILIOS DE COCINA	2,50	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
DEP. EQUIPO Y MAQUINARIA	4,42	53,00	53,00	53,00	53,00	53,00
TOTAL GASTOS GENERALES	4.487,90	34.217,80	34.621,72	35.630,80	35.934,44	37.025,85

Cuadro 24

OTROS GASTOS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	GASTOS PROFESIONALES (CONTAD	-	400,00	416,00	432,64	449,95	467,94
	GASTOS PROFESIONALES (ASESOR JU	200,00	200,00	200,00	400,00	800,00	1.600,00
4	CARPAS	200,00	200,00	200,00	400,00	800,00	1.600,00
TOTAL		400,00	800,00	816,00	1.232,64	2.049,95	3.667,94

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	12.193,60	122.686,25	133.955,06	139.245,15	144.385,04	151.274,16
-----------------------------------	------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Cuadro 25

COSTO DE VENTAS								
CANT.	DETALLE	ENE	FEB	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	PUBLICIDAD	1.000,00	200,00	3.200,00	3.328,00	3.461,12	3.599,56	3.743,55
	JUEGO DE CORTINAJE Y ACCESORIOS FUNEBRE	4.000,00		4.000,00	4.160,00	4.326,40	4.499,46	4.679,43
3	MANO DE OBRA INDIRECTA	300,00		1.800,00	1.872,00	1.946,88	2.024,76	2.105,75
10	LAPIDAS	150,00	1.500,00	16.650,00	17.316,00	18.008,64	18.728,99	19.478,15
6	PALAS	10,00	60,00	70,00	72,80	75,71	78,74	81,89
1	CESPED	2.000,00		2.000,00	2.080,00	2.163,20	2.249,73	2.339,72
30	PLANCHAS DE CEMENTO	50,00	1.500,00	16.550,00	17.212,00	17.900,48	18.616,50	19.361,16
300	4 COFRE DE SERVICIO BASICO	1.200,00	1.200,00	14.400,00	14.976,00	15.575,04	16.198,04	16.845,96
400	4 COFRE DE SERVICIO MEDIO	1.600,00	1.600,00	19.200,00	19.968,00	20.766,72	21.597,39	22.461,28
600	2 COFRE DE SERVICIO DE LUJO	1.200,00		7.200,00	7.488,00	7.787,52	8.099,02	8.422,98
700	2 COFRE DE SERVICIO DE LUJO RESIDENCIAL	1.400,00		8.400,00	8.736,00	9.085,44	9.448,86	9.826,81
TOTAL		12910,00	6060,00	93470,00	97208,80	101097,15	105141,04	109346,68

Cuadro 26

INGRESOS															
INGRESOS	CANT	VALOR		ENER	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC
LOTES QUE ESPERAMOS VENDER				3	4	4	3	2	3	2	4	2	3	4	5
LOTES CON UBICACIÓN	555	1500,00	832500,00	4.500,00	6.000,00	6.000,00	4.500,00	3.000,00	4.500,00	3.000,00	6.000,00	3.000,00	4.500,00	6.000,00	7.500,00
LOTES SIN UBICACIÓN	390	800,00	312000,00	2.400,00	3.200,00	3.200,00	2.400,00	1.600,00	2.400,00	1.600,00	3.200,00	1.600,00	2.400,00	3.200,00	4.000,00
	945		1144500,00												
SERVICIO FUNERARIOS PREPAGADOS				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BASICO				106,67	213,33	320,00	426,67	533,33	640,00	746,67	853,33	960,00	1.066,67	1.173,33	1.280,00
MEDIO				142,22	284,44	426,67	568,89	711,11	853,33	995,56	1.137,78	1.280,00	1.422,22	1.564,44	1.706,67
LUJO				126,67	253,33	380,00	506,67	633,33	760,00	886,67	1.013,33	1.140,00	1.266,67	1.393,33	1.520,00
LUJO PRESIDENCIAL				146,67	293,33	440,00	586,67	733,33	880,00	1.026,67	1.173,33	1.320,00	1.466,67	1.613,33	1.760,00
SERVICIOS FUNERARIOS A CONTADO															
				3	3	3	5	4	4	4	4	5	2	5	5
BASICO	8	600,00		4.800,00	1.800,00	1.800,00	3.000,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	3.000,00	1.200,00	3.000,00	3.000,00
MEDIO	8	800,00		6.400,00	2.400,00	2.400,00	4.000,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	4.000,00	1.600,00	4.000,00	4.000,00
				2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
LUJO	6	950,00		5.700,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	2.850,00
LUJO PRESIDENCIAL	3	1100,00		3.300,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	2.200,00	3.300,00
SERVICIO TRASLADO DEL CUERPO				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
DE 1 A 60 KM	3	100,00		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
61 KM A 122 KM	3	180,00		540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
123 KM A 246 KM	1	250,00		250,00	-	250,00	-	250,00	-	250,00	-	250,00	-	250,00	-
247KM EN ADELANTE (DENTRO DEL PAÍS)	1	420,00		420,00	0,00	420,00		420,00	0,00	0,00	420,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE INGRESOS				29.132,22	19.384,44	20.326,67	20.928,89	18.171,11	20.573,33	18.795,56	24.337,78	21.490,00	19.862,22	27.134,44	31.756,67

Cuadro 27

INGRESOS								
INGRESOS	CANT	VALOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LOTES QUE ESPERAMOS VENDER								
LOTES CON UBICACIÓN	555	1500,00	832500,00	58.500,00	61.425,00	64.496,25	67.721,06	71.107,12
LOTES SIN UBICACIÓN	390	800,00	312000,00	31.200,00	32.760,00	34.398,00	36.117,90	37.923,80
	945		1144500,00					
SERVICIO FUNERARIOS PREPAGADOS				-	-	-	-	-
BASICO				8.321,00	23.680,00	39.040,00	37.760,00	22.400,00
MEDIO				11.094,33	31.573,33	52.053,33	50.346,67	29.866,67
LUJO				9.881,00	28.120,00	46.360,00	44.840,00	26.600,00
LUJO PRESIDENCIAL				11.441,00	32.560,00	53.680,00	51.920,00	30.800,00
SERVICIOS FUNERARIOS A CONTADO								
				44	46	49	51	53
BASICO	8	600,00		31.200,00	32.760,00	34.398,00	36.117,90	37.923,80
MEDIO	8	800,00		41.600,00	43.680,00	45.864,00	48.157,20	50.565,06
				23	24	25	27	28
LUJO	6	950,00		27.550,00	28.927,50	30.373,88	31.892,57	33.487,20
LUJO PRESIDENCIAL	3	1100,00		28.600,00	57.200,00	60.060,00	63.063,00	66.216,15
SERVICIO TRASLADO DEL CUERPO				-	-	-	-	-
DE 1 A 60 KM	3	100,00		3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
61 KM A 122 KM	3	180,00		6.480,00	6.804,00	7.144,20	7.501,41	7.876,48
123 KM A 246 KM	1	250,00		1.500,00	1.575,00	1.653,75	1.736,44	1.823,26
247KM EN ADELANTE (DENTRO DEL PAÍS)	1	420,00		1680,00	1764,00	1852,20	1944,81	2042,05
TOTAL DE INGRESOS				272.647,33	386.608,83	475.342,61	483.286,41	423.007,39

Cuadro 28

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	4.640,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2.260,00
EQUIPO DE OFICINA	1.020,00
EQUIPO Y MAQUINARIA	530,00
TERRENO	75.180,00
EDIFICACION	60.000,00
VEHICULO	25.000,00
UTENSILIOS	300,00
COSTOS	12.910,00
GASTOS	11.660,70
TOTAL DE LA INVERSION	193.500,70

Cuadro 29

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		193.500,70
Financiado	60%	116.100,42
Aporte Propio	40%	77.400,28
		193.500,70

Cuadro 30

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Capital (k)	116100,42			
Interes Anual (i - a)	17,5	%		0,03
Interes Mensual (i)	0,01			1,38
Plazo de Prestamo en Años	5			
Numeros de Pagos al Año	12			
Numeros Total de Pagos	60			
Tasa Fija	2.916,70			SALDO
# Pagos	ABONO k	ABONO i	DIVIDENDOS	CAPITAL
0				116.100,42
1	1.223,57	1.693,13	2.916,70	114.876,85
2	1.241,41	1.675,29	2.916,70	113.635,44
3	1.259,52	1.657,18	2.916,70	112.375,93
4	1.277,88	1.638,82	2.916,70	111.098,04
5	1.296,52	1.620,18	2.916,70	109.801,52
6	1.315,43	1.601,27	2.916,70	108.486,09
7	1.334,61	1.582,09	2.916,70	107.151,48
8	1.354,07	1.562,63	2.916,70	105.797,41
9	1.373,82	1.542,88	2.916,70	104.423,59
10	1.393,86	1.522,84	2.916,70	103.029,73
11	1.414,18	1.502,52	2.916,70	101.615,55
12	1.434,81	1.481,89	2.916,70	100.180,74
24	1.707,05	1.209,65	2.916,70	81.240,44
36	2.030,95	885,75	2.916,70	58.706,37
48	2.416,30	500,40	2.916,70	31.896,65
60	2.874,78	41,92	2.916,70	0,00

Cuadro 31

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	
VENTAS	272.647,33	386.608,83	475.342,61	483.286,41	423.007,39	2.040.892,57	
(-) COSTO DE VENTAS	93.470,00	97.208,80	101.097,15	105.141,04	109.346,68	506.263,67	
UTILIDAD BRUTA	179.177,33	289.400,03	374.245,46	378.145,37	313.660,71	1.534.628,90	
COSTOS INDIRECTOS	122.686,25	133.955,06	139.245,15	144.385,04	151.274,16	691.545,66	
GASTOS ADMINISTRATIVOS							
SUELDOS Y SALARIOS	87.668,45	98.517,34	102.381,71	106.400,66	110.580,37	505.548,52	
GASTOS GENERALES	24.823,00	25.226,92	26.236,00	27.285,44	28.376,85	131.948,21	
OTROS GASTOS	800,00	816,00	1.232,64	2.049,95	3.667,94	8.566,53	
DEPRECIACIONES	9.394,80	9.394,80	9.394,80	8.649,00	8.649,00	45.482,40	
UTILIDAD OPERACIONAL	56.491,09	155.444,98	235.000,31	233.760,33	162.386,55	843.083,25	
(-) GASTOS FINANCIEROS	19.080,72	16.060,09	12.466,33	8.190,67	3.103,75	58.901,56	
UTILIDAD ANTES PART. IMP	37.410,37	139.384,89	222.533,98	225.569,65	159.282,80	784.181,69	
PARTICIPACION EMPLEADOS	5.611,56	20.907,73	33.380,10	33.835,45	23.892,42	117.627,25	
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	31.798,81	118.477,15	189.153,89	191.734,21	135.390,38	666.554,44	
IMPUESTO RENTA	7.313,73	27.249,75	43.505,39	44.098,87	31.139,79	153.307,52	
UTILIDAD NETA	24.485,09	91.227,41	145.648,49	147.635,34	104.250,59	630.874,17	

Cuadro 32

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	272.647,33	386.608,83	475.342,61	483.286,41	423.007,39	2.040.892,57
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		272.647,33	386.608,83	475.342,61	483.286,41	423.007,39	2.040.892,57
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	193.500,70	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	80.362,74	98.517,34	102.381,71	106.400,66	110.580,37	498.242,82
GASTOS GENERALES	-	21.118,00	25.226,92	26.236,00	27.285,44	28.376,85	128.243,21
COSTO DIRECTO		80.560,00	97.208,80	101.097,15	105.141,04	109.346,68	493.353,67
OTROS GASTOS		400,00	816,00	1.232,64	2.049,95	3.667,94	
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	5.611,56	20.907,73	33.380,10	33.835,45	23.892,42
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	7.313,73	27.249,75	43.505,39	44.098,87	31.139,79
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	193.500,70	182.440,74	234.694,34	279.104,98	317.762,57	329.906,16	1.174.871,90
FLUJO OPERATIVO	-193.500,70	90.206,59	151.914,49	196.237,63	165.523,83	93.101,23	696.983,78
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	116.100,42	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	116.100,42	-		-		-	
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	15.919,68	18.940,30	22.534,07	26.809,72	31.896,65	116.100,42
PAGO DE INTERESES	-	19.080,72	16.060,09	12.466,33	8.190,67	3.103,75	58.901,56
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	35.000,40	35.000,40	35.000,40	35.000,40	35.000,40	175.001,98
FLUJO NETO NO OPERATIVO	116.100,42	-35.000,40	-35.000,40	-35.000,40	-35.000,40	-35.000,40	-175.001,98
FLUJO NETO	-77.400,28	55.206,19	116.914,10	161.237,24	130.523,44	58.100,84	521.981,81
FLUJO ACUMULADO	-	55.206,19	172.120,29	333.357,53	463.880,97	521.981,81	1.546.546,79

Cuadro 33

BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	55.206,19	169.102,44	330.188,96	460.554,16	518.488,85
CUENTAS POR COBRAR		3.017,85	3.168,56	3.326,81	3.492,95
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	55.206,19	172.120,29	333.357,53	463.880,97	521.981,81
ACTIVOS FIJOS	168930,00	168.930,00	168.930,00	168.930,00	168.930,00
DEPRECIAC. ACUMULADA	9.394,80	18.789,60	28.184,40	36.833,40	45.482,40
TOTAL DE ACTIVO FIJO	159.535,20	150.140,40	140.745,60	132.096,60	123.447,60
TOTAL DE ACTIVOS	214.741,39	322.260,69	474.103,13	595.977,57	645.429,41
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	100.180,74	81.240,44	58.706,37	31.896,65	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	5.611,56	20.907,73	33.380,10	33.835,45	23.892,42
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	7.313,73	27.249,75	43.505,39	44.098,87	31.139,79
TOTAL PASIVO	113.106,03	129.397,92	135.591,86	109.830,96	55.032,21
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	77.400,28	77.400,28	77.400,28	77.400,28	77.400,28
UTILIDAD DEL EJERCICIO	24.485,09	91.227,41	145.648,49	147.635,34	104.250,59
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	24.485,09	115.712,49	261.360,99	408.996,32
TOTAL PATRIMONIO	101.885,37	193.112,77	338.761,27	486.396,61	590.647,20
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	214.991,39	322.510,69	474.353,13	596.227,57	645.679,41

Cuadro 34

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos operativos	-193.500,70	90.206,59	151.914,49	196.237,63	165.523,83	93.101,23

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	20%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	696.983,78
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	193.500,70
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	72,04%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		411.471,46
VAN	POSITIVO	217.970,75
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,89
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	88,77
TASA INTERNA DE RETORNO		61%

Cuadro 35

ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS		
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	=	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Fijos}}$
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	=	$\frac{423.007,39}{123.447,60}$
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	=	3,43

RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO		
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	=	$\frac{\text{Deuda Total}}{\text{Activos Totales}}$
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	=	$\frac{116.100,42}{645.429,41}$
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	=	18%

RAZONES DE RENTABILIDAD		
MARGEN DE UTILIDAD NETA SOBRE LAS VENTAS	=	<u>Utilidad Neta</u> Ventas
MARGEN DE UTILIDAD NETA SOBRE LAS VENTAS	=	<u>104.250,59</u> 423.007,39
MARGEN DE UTILIDAD NETA	=	25%

5.7.3 Impacto

Impacto social

La presencia de un nuevo camposanto en este cantón beneficiaría directamente a la ciudadanía milagreña, puesto que podrán brindarles a sus seres queridos una cristiana sepultura, con los honores o respetos que ellos consideren. Además se ofertaran nuevas plazas de trabajo a un grupo de profesionales de esta localidad, disminuyendo así el alto índice de desempleo de este sector.

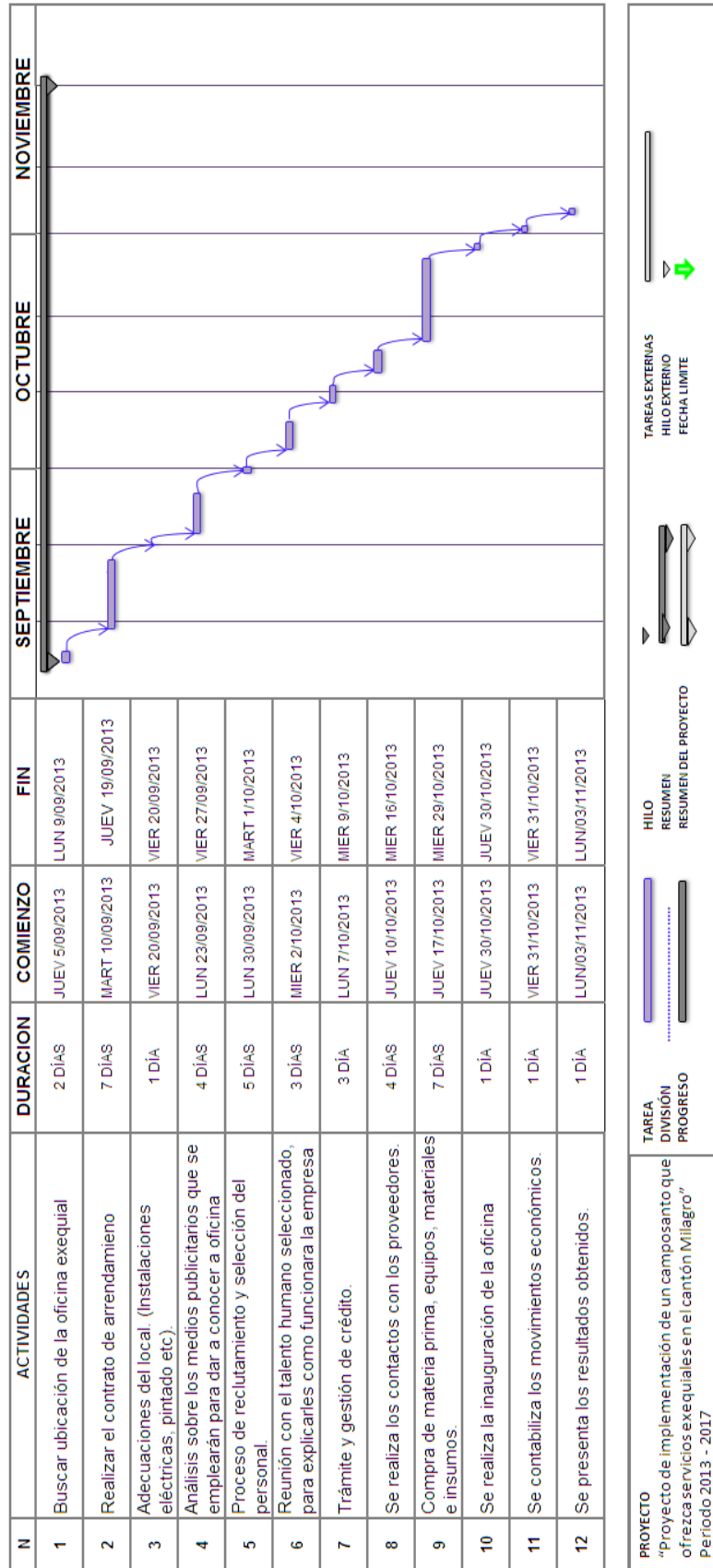
Impacto financiero

Esta propuesta demuestra el grado de calidad al desarrollar en este proyecto, constituye una ventaja competitiva, esto beneficiaria a la economía de la ciudad de Milagro, es muy rentable y aconsejable que se lleve acabo ya que el mismo presenta índices de rentabilidad, y debido a una excelente relación entre costos y beneficios que se presenta.

Impacto ambiental

La infraestructura sacramental y sus componentes tendrán las debidas indicaciones legales establecidas por el Ministerio Ambiental, para evitar la contaminación del medio ambiente.

5.7.4 Cronograma



5.7.5 Lineamiento de la propuesta

Para llegar a la culminación de esta propuesta se ha realizado varios lineamientos, los cuales consisten en:

- Se realizó una investigación de campo para determinar las necesidades de la ciudadanía en lo relacionado a la faltas de espacios adecuados para sepultar a sus familiares.
- Se estableció la aplicación de un instrumento investigativo llamado encuesta, herramienta que se aplicó a la ciudadanía general a los colegios, universidades, personal de empresa privadas y públicas del cantón.
- Se efectuó el análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, para el mercado en el cual se podrá incorporarse esta propuesta.
- También se ejecutó el análisis FODA, para determinar las estrategias comerciales acerca de la propuesta, con la finalidad de establecer la matriz FO-FA-DO-DA.
- Por último para determinar el nivel de rentabilidad se efectuó una evaluación financiera, la misma que dio como resultado que la propuesta es altamente rentable.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La ciudadanía de Milagro no ha sido explotada en la actualidad con planes exequibles a precios accesibles acorde a la economía de la ciudadanía en general, actualmente este mercado cuenta con un empresa privada que brinda esta clase de servicios pero a altos costos que no satisface las expectativas de la ciudadanía en general.
- El actual cementerio de este cantón está totalmente saturado, lo cual indisponde a la ciudadanía que desea darle una cristiana sepultura, viendo entonces la necesidad de solicitar los servicios que ofrece la empresa privada.
- La propuesta es una idea innovadora que debe buscar estrategias competitivas para lograr un posicionamiento pronto en el mercado, más aún que el mismo se muestra promisorio el incursionar en la prestación de servicios exequibles.
- La evaluación financiera demuestra a través de los cálculos que la propuesta es altamente rentable, considerando los presupuestos tanto de gastos, costos e inversión que se incurren con la creación de esta empresa se servicios.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que esta nueva propuesta sea puesta en marcha, debido a lo beneficioso que resulta el trabajar con un camposanto privado de primera categoría, donde los servicios exequiales sean ofertados a precios accesibles, con varias alternativas de planes para las diferentes necesidades de la ciudadanía.
- La ejecución de este proyecto es una oportunidad para que la actividad económica de esta ciudad se incremente, por medio de esta empresa se abrirán nuevas plazas de trabajo y sobre todo la ciudad tendrá un realce.
- Establecer estrategias publicitarias con el fin de promocionar a la oficina Exequial de forma eficaz, con el propósito de ganar mercado y en un corto tiempo (1 año) liderar este casco comercial. Además se recomienda que el servicio pre-enta debe ser efectuado de forma cordial y personalizada.
- Para cumplir con los rubros del VAN y TIR es importante que se manejen los presupuestos establecidos en la evaluación financiera, para así mantener una rentabilidad sostenida.

Bibliografía

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR. (s.f.). *PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR*. Recuperado el 5 de Febrero de 2013, de http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=9

Constitución de la República del Ecuador. (24 de Agosto de 2011). *BASE LEGAL*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2012, de <http://milagro.gob.ec/archivos/pdf/lotaip/literala/baselegal.pdf>

HARO HARO, M. F. (26 de Marzo de 2011). *Estudio de factibilidad para la creación del centro de un Campo Santo en la ciudad de Nueva Loja*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2012, de <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/1248>

INEC. (5 de Diciembre de 2012). *REGISTROS DE DEFUNSIONES*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2012, de http://www.inec.gob.ec/estadisticas_sociales/nac_def_2011/boletin_nf.pdf

MORALES OSORIO, J. A. (2 de Septiembre de 2011). *“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y EJECUCIÓN DE UN CAMPO SANTO PRIVADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2012, de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4296/1/T-ESPEL-0537.pdf>

OPINION.COM. (1 de Noviembre de 2012). *EL CEMENTERIO EN LA ACTUALIDAD*. Recuperado el 5 de Febrero de 2013, de <http://www.opinion.com.bo/opinion/articulos/2012/1101/noticias.php?id=76239>

SENPLADES. (2008). *OBJETIVO 3 PLAN DEL BUEN VIVIR*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2012, de <http://plan.senplades.gob.ec/fundamento3>

TREN ANDINO. (2011). *HISTORIA CANTÓN MILAGRO*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2012, de <http://www.trenandino.org/rehabilitaciondeltren/milagro.php>

ANEXOS

ANEXO1 IMÁGENES DE LOS ARTICULOS FUNERARIOS

PORTA ATAUD



ACCESORIOS DE ATAUD



ACCESORIOS DE ATUAD



COFRE MORTUORIO SENCILLO (PLAN BASE)



COFRE MORTUORIO (PLAN MEDIO)



COFRE MORTUORIO DE MADERA (PLAN LUJO)



COFRE MORTUORIO PLAN (LUJO PRESIDENCIAL)



ARREGLOS FLORALES (VARIOS)



ARREGLOS FLORALES



CESPED





UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: INGENIERIA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA

ANEXO 2 MODELO DE ENCUESTA

ENCUESTA DIRIGIDA A LA CIUDADANÍA MILAGREÑA

1.- ¿Cree usted que el actual cementerio municipal cuenta con espacios suficiente para adquirir un predio?

Si

No

2.- ¿Considera que los habitantes de Milagro se ven afectados por la inexistencia de un espacio adecuado para sepultar a sus familiares?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Medianamente de acuerdo

En desacuerdo

3.- ¿Cree usted que Milagro necesita un nuevo cementerio Privado?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Medianamente de acuerdo

En desacuerdo

4.- ¿Cree usted que la falta de un nuevo cementerio ha hecho que se incrementen los servicios exequiales de la empresa privada?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Medianamente de acuerdo

En desacuerdo

5.-¿Cómo considera los servicios exequiales que la empresa privada ofrece?

Altos

Medios

Bajos

6.- Según la respuesta de la pregunta anterior ¿Cómo se ve afectada su economía con los servicios exequiales que la empresa privada ofrece?

Mucho

Poco

Nada

7.- ¿Conoce alguna gestión o proyecto en el cantón con la creación de un nuevo camposanto privado?

Si

No

9.- ¿Estaría de acuerdo en aceptar servicios exequiales que se ofrezca en un nuevo camposanto privado a precios accesibles?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

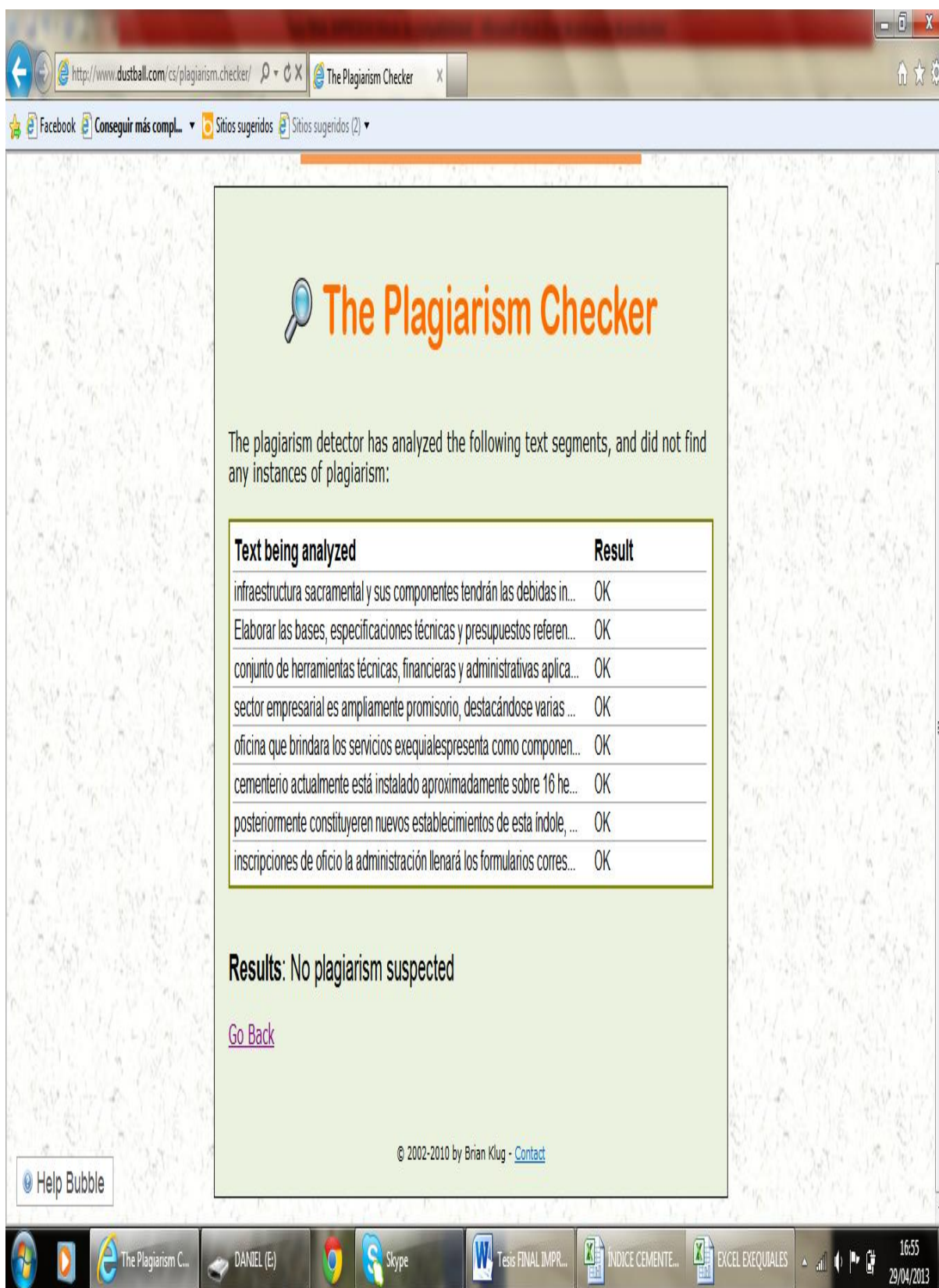
Medianamente de acuerdo

En desacuerdo

ANEXO 5 FOTOS DE LA ENCUESTA



ANEXO 6 PLAGIARISM CHECKER



http://www.dustball.com/cs/plagiarism.checker/ The Plagiarism Checker

Facebook Conseguir más compl... Sitios sugeridos Sitios sugeridos (2)

The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
infraestructura sacramental y sus componentes tendrán las debidas in...	OK
Elaborar las bases, especificaciones técnicas y presupuestos referen...	OK
conjunto de herramientas técnicas, financieras y administrativas aplica...	OK
sector empresarial es ampliamente promisorio, destacándose varias ...	OK
oficina que brindara los servicios exequialespresenta como componen...	OK
cementerio actualmente está instalado aproximadamente sobre 16 he...	OK
posteriormente constituyeren nuevos establecimientos de esta índole, ...	OK
inscripciones de oficio la administración llenará los formularios corres...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by Brian Klug - [Contact](#)

Help Bubble

The Plagiarism C... DANIEL (E) Skype Tesis FINAL IMPR... ÍNDICE CEMENTE... EXCEL EXEQUIALES 16:55 29/04/2013



INFORME ESTADÍSTICO DE DEFUNCIÓN

ANTES DE LLENAR ESTE INFORME LEA

1) OFICINA DE REGISTRO CIVIL DE:

 Oficina No.

2) PROVINCIA:
 CANTÓN: PARROQUIA URBANA:

 PARROQUIA RURAL:
 3) FECHA DE INSCRIPCIÓN: Año Mes
 Día 4) Acta de inscripción No.

(A) DATOS DEL FALLECIDO O FALLECIDA

NOTA: ESTE DOCUMENTO Y SU TRAMITACIÓN SON GRATUITOS

6) SEXO <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	7) FECHA DE NACIMIENTO Año <input type="text"/> <input type="text"/> Mes <input type="text"/> Día <input type="text"/>	8) FECHA DE FALLECIMIENTO Año <input type="text"/> <input type="text"/> Mes <input type="text"/> Día <input type="text"/>	9) EDAD AL FALLECER Horas <input type="text"/> <input type="text"/> (Si es menor de 7 días) 1 <input type="text"/> Días (Si es menor de 1 mes) <input type="text"/> <input type="text"/> Meses <input type="text"/> <input type="text"/> (Si es menor de 2 años)	10) LUGAR DE FALLECIMIENTO Provincia Cantón Ciudad <input type="checkbox"/> Urbana <input type="checkbox"/> Rural
12) OCURRIDO EN: <input type="checkbox"/> Establecimiento del Ministerio de Salud <input type="checkbox"/> Establecimiento del IESS <input type="checkbox"/> Otro Establecimiento del Estado <input type="checkbox"/> Hospital, Clínica o Consultorio Particular <input type="checkbox"/> Casa <input type="checkbox"/> Otro	13) CERTIFICADO POR: <input type="checkbox"/> MÉDICO Tratada 1 <input type="checkbox"/> No Tratada 2 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> NO MÉDICO: Autoridad Civil o de Policía <input type="checkbox"/> Otro 4 <input type="checkbox"/>	14) ESTADO CIVIL O CONYUGAL (Para personas de 12 años y más) <input type="checkbox"/> Unido (a) 1 <input type="checkbox"/> Soltero (a) 2 <input type="checkbox"/> Casado (a) 3 <input type="checkbox"/> Divorciado (a) 4	15) RESIDENCIA HABITUAL DEL FALLECIDO (A) (Para menores de 1 año - residencia de la madre) Provincia Cantón <input type="checkbox"/> Urbana <input type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/> Pastoral	
18) ALFABETISMO E INSTRUCCIÓN (Para personas de 5 años y más) <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	19) ¿SABÍA LEER Y ESCRIBIR? SI 1 <input type="checkbox"/> NO 2 <input type="checkbox"/>	20) ¿ESTUVO EMBARAZADA CUANDO FALLECIÓ? SI 1 <input type="checkbox"/> NO 2 <input type="checkbox"/> Ignorado 9 <input type="checkbox"/>		
16) QUE NIVEL DE INSTRUCCIÓN TENÍA? <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> Centro de Alfabetización <input type="checkbox"/> Secundario <input type="checkbox"/> Educación Básica <input type="checkbox"/> Educación Media <input type="checkbox"/> Ciclo Post - Bachillerato <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> Se ignora <input type="checkbox"/> Primario <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Postgrado	21) EN LAS ÚLTIMAS 6 SEMANAS PREVIAS AL FALLECIMIENTO DIÓ A LUZ? SI 1 <input type="checkbox"/> NO 2 <input type="checkbox"/> Ignorado 9 <input type="checkbox"/>			
22) ¿RECIBIÓ ATENCIÓN MÉDICA? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO				

VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00

Nº 0005625



MUNICIPIO DE MILAGRO

Declaración Individual del Impuesto del 1,5 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a disposiciones legales del decreto 153 del R. O. No. 662 de Enero 16/84.

Año 2004

SELLO DEL R.U.C.

Registro Económico al que
Corresponde la Declaración

Desde: _____
Hasta el 31 de Diciembre del 200 _____

Espacio Reservado para el
Municipio de Milagro

Número de la
Declaración

01

IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE

01 Apellido Paterno	02 Apellido Materno	03 Nombres		04 Cédula Identidad			
05 Lugar de Nacimiento	06 Fecha de Nacimiento	07 Nacionalidad	08 Sexo M () F ()	09 estado Civil			
10 Domicilio Ciudad	11 Calle	12 No.	13 Provincia	14 Cantón			
15 Teléfono	16 Casilla	17 Actividades Económicas		16 Título Profesional			

01

IMPUESTOS A LOS CAPITALES

Capital	Valor	Impuesto Básico	Recargo	Total
Propio	01 \$	02 \$	03 04	
Ajeno	05	06	07 - 5 ABR 2004	08
Otros	09	10	11	12
Total	13	14	15	16

Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o Falsedad declaro que todas las informaciones contenidas En este formulario son verdicas, correctas y completas.

Firma del Declarante	Dirección Financiera	Lugar y Fecha de Presentación
	MUNICIPALIDAD MILAGRO DIRECCION FINANCIERA FIRMA AUTORIZADA	Milagro,

ANEXO 2

PERMISO DE DIRECCIÓN DE HIGIENE MUNICIPAL

TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO

 N° 0005612

MUNICIPIO DE MILAGRO

Milagro, _____ del 200__

La Dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la Ley de Régimen Municipal vigente (Art. 164 y 398) extiende permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento destinado a _____

Clasificado como de _____ Categoría _____

De Propiedad _____ situado en _____

Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo percibimiento de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario.

Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 200__

VALOR US\$ 2.00



MUNICIPALIDAD MILAGRO
DIRECCION FINANCIERA

FIRMA AUTORIZADA
Director Financiero Municipal

ANEXO 3 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MSP



MINISTERIO DE SALUD PUBLICA
DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS
DPTO. EMISION DE PERMISOS



Guayaquil, a 30 de Marzo

de 2004

PERMISO : 6591

La Dirección Provincial de Salud del Guayas de conformidad con el decreto ejecutivo No 811 Oficial N. 173 del 20 de Abril/99 y reformado decreto #814 R0#178 del 5 Oct/2000, concede

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

POR EL AÑO 2004

Nombre o Razón Social :

Tipo :

Propietario :

Dirección :

Parroquia :

Localidad :

No. Cedula :

Tasa :

Area # ... :

Dolares



Código... :

Categoría :

Cantón :

R.U.C. :

Cód. Int. :

Comprob. 6591

Dr. Jaime Romero Casasing
Director Provincial de Salud del Guayas

DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS

Nota... Este Permiso debera ser colocado en un lugar visible para procesos de control

ANEXO 4 AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

Fundada el 10 de Septiembre de 1952
 García Moreno y Chile (esquina) Telefax: 2-970161
 R. U. C. 0992161809001
 MILAGRO - ECUADOR

Recibo Oficial de Caja

Nº 0235

Fecha: _____

Recibí de: _____

CONCEPTO			VALOR
CUOTAS ORDINARIAS			
CUOTAS EXTRAORDINARIAS			
CHEQUE NO.	BANCO	CTA. CTE.	VALOR
TOTAL \$			

NOTA: Este recibo firmado por el Agente autorizado, es el único documento que acredita la cancelación de los cuotos.



CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO




JOHNSON E. MORA ALMEIDA

(F) Recaudador

(F) Afiliado

ANEXO 5


REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES		
NUMERO RUC:	0818305780001	
APELLIDOS Y NOMBRES:	SILVA JARA JOHANNA GISELLA	
NOMBRE COMERCIAL:		
CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS	OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO
FEC. NACIMIENTO:	25/09/1978	
FEC. INICIO ACTIVIDADES:	18/11/2005	
FEC. INSCRIPCION:	18/11/2005	
ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:	ACTIVIDADES DE ALQUILER DE AUTOMOVILES SIN CONDUCTOR	
DIRECCION DOMICILIO PRINCIPAL:	Provincia: GUAYAS Cantón: MILAGRO Parroquia: MILAGRO Calle: AV. LOS CHIRIJOS Número: S/N Intersección: GUAYAS Referencia: JUNTO A LA PANADERIA EL BUEN SABOR Teléfono: 086301336	
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:	* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA	
<p>* Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad deben declarar impuesto a la renta siempre que sus ingresos brutos anuales superen la base mínima exonerada.</p> <p>* Las personas naturales que poseen ingresos anuales superiores a \$40.000 o un capital propio superior a \$24.000 están obligadas a llevar contabilidad y por lo tanto se convierten en agentes de retención.</p>		
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS: 1 CERRADOS: 0
JURISDICCION:	\ REGIONAL LITORAL SUR\ GUAYAS	
		
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE	SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	
Usuario: MIRCARDENAS	Lugar de emisión: GUAYACUIL AV. FRANCISCO DE ORELLANA Y JUSTINO CORNEJO (WTC)	Fecha y hora: 18/11/2005 09:11:25
		Cárdenas Criollo Manuel R. DELEGADO P.N. R.U.C. Servicio de Rentas Internas LITORAL SUR

ANEXO 6

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS

CUERPO DE BOMBEROS DE MILAGRO
RUC. 0968513910001

 **DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS**
CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

No. :	TASA : \$
FECHA:	TÍTULO : \$
AÑO :	RECARGO : \$
RUC :	TOTAL : \$
NOMBRES:	
DIRECCIÓN:	CATEGORÍA: PRIMERA
ACTIVIDAD:	

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en el lugar visible y presentado cuando fuera requerido.

Abnegación y Disciplina
JEFE DE PREVENCIÓN

SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

19/03/2004 02:10:37 PM

SECRETARÍA

