



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Proyecto de Investigación previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Gestión Empresarial.

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CAMPOSANTO PRIVADO EN EL CANTÓN MOCACHE, AÑO
2015.”**

AUTORA:

Egda. Valeria Elisabeth Rivera Douglas.

DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

Ing. Fernando Suárez Núñez, M.Sc

QUEVEDO - ECUADOR

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Valeria Elisabeth Rivera Douglas**, declaro que el trabajo aquí suscrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Egda. Valeria Elisabeth Rivera Douglas

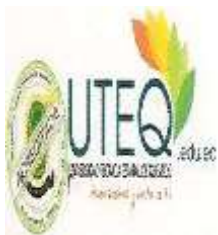
C.I. 120643210 - 4

Valeria Elisabeth Rivera Douglas.

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito **Ing. Suárez Núñez Fernando, MSc**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la estudiante **Rivera Douglas Valeria Elisabeth**, realizó el proyecto de Investigación de grado titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAMPOSANTO PRIVADO EN EL CANTÓN MOCACHE, AÑO 2015”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Fernando Suárez Núñez, MSc.
DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

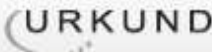


UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
INFORME DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

MEMORÁNDUM

PARA: Lcdo. Edgar Pastrano – Decano de la FCE
DE: Ing. Fernando Suárez Núñez – Tutor
ASUNTO: Informe final Urkund.
FECHA: 25/01/2016

Adjunto al presente sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Investigación titulado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAMPOSANTO PRIVADO EN EL CANTÓN MOCACHE, AÑO 2015”, de la egresada RIVERA DOUGLAS VALERIA ELISABETH previo a la obtención del título de Ingeniero(a) en Gestión Empresarial el cual fue elaborado bajo mi dirección según lo asignado en la **ACTA DE RESOLUCIÓN SEGUNDA** con Fecha 26-06-2015, el mismo que cumple con los componentes que exige el Reglamento de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo e incluye el informe de **URKUND**, el cual avala los niveles de originalidad de un **91%** y de similitud **9%**, del trabajo investigativo.



Document	Tesis subir al Urkund 3 VALERIA.docx (D17331638)
Submitted	2016-01-21 09:00 (-05:00)
Submitted by	valeria_rivera17@hotmail.com
Receiver	ysuarez.uteq@analysis.urkund.com
Message	TESIS VALERIA RIVERA DOUGLAS Show full message

9% of this approx. 29 pages long document consists of text present in 10 sources.

Atentamente,

Ing. Fernando Suárez Núñez, MSc.
DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAMPOSANTO
PRIVADO EN EL CANTÓN MOCACHE, AÑO 2015”**

**Presentado al Consejo Académico de la FCE, como requisito previo a la obtención
del título de: INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL.**

APROBADO POR:

Lcdo. Bautista Rafael Pinto Cotto, M.Sc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Carlos Alexis Villacis Lainez, M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Pedro Clavel Miranda Ullon, M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – ECUADOR

2016

AGRADECIMIENTO

Al finalizar esta etapa de mi vida estudiantil, quiero expresar un profundo agradecimiento primeramente a Dios por siempre darme las fuerzas necesarias para cumplir esta anhelada meta y salir adelante pese a muchas adversidades que se presentaron en el camino, sin Él esto no sería posible.

A mis Adorados Padres, Hermano, Abuelitos por haber contribuido y aportado de una u otra manera a mi formación tanto personal como profesional, y por haberme encaminado hasta este momento importante, a mí esposo por su amor y apoyo constante que supo brindar hasta esta última etapa de mi carrera.

En especial a mi bebé que desde el momento que supe que venía en camino fue una de mis mayores motivaciones para culminar esta anhelada meta.

A la prestigiosa Universidad Técnica Estatal de Quevedo por brindarme la oportunidad de recibir los conocimientos en sus instalaciones mediante sus Maestros a quienes les debo gran parte de mis conocimientos y a todas las personas que han contribuido en este significativo proceso.

Valeria Elisabeth Rivera Douglas.

DEDICATORIA

Principalmente a Dios por la agradable y perfecta voluntad y por sus bendiciones constantes en cada paso de mi carrera.

Y a esas personas especiales que siempre estuvieron a mi lado incondicionalmente, mis padres por ser mi mejor ejemplo, por haber impulsado en mí el deseo de superación para triunfar en la vida y sus sabios consejos para la culminación de mis estudios, a mi hermano por siempre darme ánimos y demostrarme lo orgulloso que se siente de mí, Abuelitos por ser mi fuente de inspiración, a mi esposo por apoyarme en todo momento y lograr todo lo que me propongo.

A mi mayor tesoro mi hijo quien inocentemente me da las fuerzas necesarias para seguir adelante día a día para culminar esta meta y demostrar ser su mejor ejemplo.

Valeria Elisabeth Rivera Douglas.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación en cuestión tiene como objetivo diseñar un estudio de factibilidad para la creación de un Camposanto privado en el cantón Mocache.

Después de ver lo necesario e importante que es para los habitantes del antes mencionado cantón contar con este servicio se ha puesto en marcha el desarrollo del presente proyecto que 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.

Con el fin de conocer si es factible la implementación del Camposanto se efectuó el Estudio de Mercado, Análisis Técnico, Económico y Financiero.

En donde al realizar el análisis de la oferta se identificó que no existe competencia directa en el mercado, debido a que ninguna empresa brinda servicios de inhumación privada, y el cementerio municipal se encuentra colapsado y sin posibilidades de ampliación por lo que ingresa al mercado como un producto innovador, lo que permite establecer nuevos precios, con el análisis de la demanda se determinó a través de las encuestas la acogida del servicio en el mercado.

El estudio técnico permitió establecer el lugar idóneo para la implantación del Camposanto, otros aspectos importantes y necesarios que se consideraron para este estudio fue la razón social, logotipo, slogan y la estructura organizacional con el que contará el Camposanto, finalmente desde el punto de vista financiero podríamos decir que el proyecto es viable.

ABSTRACT

The present investigation work in question has as objective to design a study of feasibility for the creation of a Cemetery deprived in the canton Mocache.

After seeing the necessary and important that is before for the inhabitants of the mentioned canton to have this service he/she has started the development of the present project that those people that want to offer another form of to honor and to remember to their dear beings by means of a new proposal will be directed that it is implanting.

With the purpose of knowing if it is feasible the implementation of the Cemetery the Study of Market, Technical, Economic and Financial Analysis was made.

Where it was identified that direct competition doesn't exist in the market when carrying out the analysis of the offer, because no company offers services of private burial, and the municipal cemetery is collapsed and without amplification possibilities for what enters to the market as an innovative product, what allows to establish new prices, with the analysis of the demand was determined through the surveys the welcome of the service in the market.

The technical study allowed to establish the suitable place for the installation of the Cemetery, other important and necessary aspects that were considered for this study were the social reason, logo, slogan and the organizational structure with the one that will count the Cemetery, finally from the financial point of view we could say that the project is viable.

TABLA DE CONTENIDO

Portada.....	i
Declaración de autoría y cesión de derechos.....	ii
Certificación de culminación del proyecto de investigación.....	iii
Certificado del reporte de la herramienta de prevención de coincidencia y/o plagio académico.....	iv
Certificado de aprobación por tribunal de sustentación.....	v
Agradecimiento.....	vi
Dedicatoria..	vii
Resumen ejecutivo	viii
Abstract.....	ix
Tabla de contenido.....	x
Índice de tablas	xv
Índice de figuras	xvii
Código dublin	xviii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.1. Problema de investigación.	4
1.1.1. Planteamiento del problema.	4
1.1.2. Diagnóstico.....	4
1.1.3. Formulación del problema.	5
1.1.4. Sistematización del problema.....	5
1.2. Objetivos.	6
1.2.1. Objetivo General.....	6
1.2.2. Objetivos Específicos.....	6
1.3. Justificación.....	7
CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
2.1.1. Estudio de factibilidad.	9
2.1.3. La situación actual y su evolución.....	9
2.1.4. Estudio de mercado.....	10
2.1.4.1. Análisis de la demanda.	10
2.1.4.2. Análisis de la oferta.	10
2.1.4.3. Análisis de precios.....	11

2.1.4.4.	Comercialización del producto.....	11
2.1.5.	Estudio técnico.	11
2.1.6.	Estudio económico.....	12
2.1.7.	Evaluación financiera.....	12
2.2.	Marco Referencial.	13
2.2.1.	Estudio de Mercado.	13
2.2.1.1.	Definición del producto.	13
2.2.1.3.	Ceremonias.....	14
2.2.1.5.	Naturaleza y usos del producto.....	15
2.2.1.6.	Comportamiento de la demanda.	15
2.2.1.8.	Canales de distribución y su naturaleza.	15
2.2.2.	Estudio técnico.	15
2.2.2.1.	Tamaño.....	16
2.2.2.2.	Localización del proyecto.	16
2.2.2.3.	Macro localización.....	16
2.2.2.4.	Micro localización.	17
2.2.2.5.	Ingeniería del proyecto.....	17
2.2.2.6.	La organización.	17
2.2.3.	Estudio económico y financiero.	18
2.2.3.1.	Inversión.....	18
2.2.3.2.	Presupuesto.....	18
2.2.3.3.	Depreciación.....	19
2.2.3.4.	Activos fijos.	19
2.2.3.5.	Activos diferidos.....	19
2.2.3.7.	Amortización.	20
2.2.3.7.1.	Tabla de amortización.....	20
2.2.3.8.	Capital de trabajo.....	20
2.2.3.10.	Punto de equilibrio.....	21
2.2.3.11.	Tasa interna de retorno (TIR).....	21
2.2.3.12.	Valor actual neto (VAN).....	21
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		22
3.1.	Localización.	23
3.2.	Tipos de investigación.	23

3.2.1.	Investigación bibliográfica.....	23
3.2.2.	Investigación de campo.....	24
3.2.3.	Investigación descriptiva.....	24
3.3.	Métodos de investigación.....	24
3.3.1.	Método deductivo	24
3.3.2.	Método analítico	24
3.3.3.	Método descriptivo	24
3.3.4.	Método histórico.....	24
3.4.	Fuentes de recopilación de información.	25
3.4.1.	Primarias.	25
3.4.2.	Secundarias.....	25
3.4.3.	Población y muestra.....	25
3.5.	Instrumentos de investigación.	26
3.5.1.	Encuestas.	26
3.5.2.	Observación directa.	26
3.5.3.	Análisis de documentos.	26
3.6.	Tratamiento de los datos.	27
3.7.	Recursos materiales.	27
CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.		28
4.1.	Resultados	29
4.1.1.	Estudio de mercado.....	29
4.1.2.	Análisis de la oferta.	29
4.1.3.	Análisis de la demanda.	30
4.1.3.1.	Definición e identificación del servicio.	30
4.1.3.2.	Tipos de servicios.	30
4.1.3.3.	Objetivo del servicio.....	34
4.1.4.	Descripción del nombre de la empresa.	34
4.1.4.1.	Logotipo.	34
4.1.4.2.	Slogan.....	35
4.1.5.	Determinación de misión y visión de la empresa.	35
4.1.5.1.	Misión.	35
4.1.5.2.	Visión.	35
4.1.6.	Segmentación del mercado.....	35

4.1.6.1.	Segmentación geográfica.	35
4.1.6.2.	Segmentación demográfica.	35
4.1.6.3.	Segmentación Psicográfica.	36
4.1.6.4.	Investigación del estudio de mercado.	36
4.1.7.	Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a nuestros posibles clientes.	37
4.1.8.	Análisis de precios.	48
4.1.8.1.	Estrategias de mercadeo.	48
4.1.8.2.	Publicidad impresa.	49
4.1.8.3.	Canales de comercialización.	49
4.2.	Estudio técnico del proyecto	49
4.2.1.	Tamaño del proyecto	49
4.2.2.	Localización del camposanto.	49
4.2.2.1.	Macro-localización.	50
4.2.2.2.	Micro-localización.	50
4.2.3.	Análisis arquitectónico.	50
4.2.3.1.	Área de nichos para restos.	50
4.2.3.2.	Bóvedas Individuales.	51
4.2.3.3.	Lotes de dos cuerpos.	51
4.2.3.4.	Lotes de dos cuerpos y 3 reducciones.	52
4.2.3.5.	Área de estacionamientos.	52
4.2.3.6.	Edificio administrativo.	52
4.2.3.7.	Áreas verdes y caminería.	52
4.2.4.	Ingeniería del Proyecto	53
4.2.5.	Estructura organizacional.	55
4.2.5.1.	Descripción general de cada área	55
4.2.6.	Análisis de Género.	57
4.2.7.	Análisis Ambiental.	58
4.2.7.1.	En el período de funcionamiento.	58
4.2.7.2.	Energía eléctrica.	58
4.2.7.3.	Evacuación de desagües.	58
4.2.7.4.	En cuanto a los residuos sólidos.	58
4.2.7.5.	En cuanto al riego de las áreas verdes.	58
4.2.7.6.	En las sepulturas bajo tierra.	59

4.3.	Estudio económico.....	59
4.3.1.	Inversión.....	59
4.3.2.	Depreciación de activos tangibles.	62
4.3.3.	Activos intangibles.	63
4.3.4.	Financiamiento.	63
4.3.5.	Tabla de amortización.....	64
4.3.6.	Gastos Operacionales.....	64
4.3.6.1.	Gastos Administrativos.	64
4.3.6.2.	Gastos de Ventas.	65
4.3.6.3.	Gastos Financieros.....	65
4.3.7.	Costos de planes de servicios en propiedades memoriales.	65
4.3.7.1.	Costos Fijos y Variables.	67
4.3.7.2.	Precio de Venta.....	68
4.3.7.3.	Presupuesto costo de venta.....	69
4.3.7.4.	Presupuesto de ventas.	71
4.3.7.5.	Presupuesto costos operativos.	73
4.3.8.	Capital de trabajo.....	73
4.3.9.	Balance inicial.	74
4.3.10.	Estado de Resultados.	75
4.3.11.	Flujo de caja proyectado.	76
4.3.12.	Punto de equilibrio.....	77
4.4.	Evaluación financiera.....	78
4.4.1.	Valor actual neto (VAN).....	78
4.4.2.	Tasa interna de retorno (TIR).....	78
4.4.3.	Período de recuperación.....	78
4.4.4.	Relación Beneficio Costo (B/C).....	79
4.5.	Discusión.	80
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.		81
5.1.	Conclusiones.	82
5.2.	Recomendaciones.	83
CAPITULO VI BIBLIOGRAFIA.		84
6.1.	Bibliografía citada de Libros.....	85
CAPITULO VII ANEXOS		87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Porcentaje de encuestas por área.....	25
Tabla 2. Cantidad de personas que integran las familias.	37
Tabla 3. Situación actual del cementerio general.	38
Tabla 4. El Cementerio del cantón Mocache cubre las necesidades de la población.	39
Tabla 5. ¿Considera usted necesaria la implementación de un nuevo cementerio en el Cantón Mocache?.	40
Tabla 6. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir una propiedad en un Camposanto privado con ambiente de jardines y áreas verdes?	41
Tabla 7. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una propiedad en un cementerio privado.	42
Tabla 8. Sitio en el que desearía que se realice la sepultura de un ser querido.	43
Tabla 9. Motivos por los que seleccionó el sitio mencionado en la pregunta anterior.	44
Tabla 10. La creación de un Camposanto privado sería una fuente de trabajo.	45
Tabla 11. Tendría el interés de trasladar un familiar que se encuentre sepultado de un cementerio tradicional a un cementerio privado.....	46
Tabla 12. Estaría de acuerdo que el Camposanto tenga el nombre de “JARDINES DE MOCACHE”	47
Tabla 13. Detalle de costos y precios de venta de planes de servicios de inhumacion en propiedades memoriales.....	48
Tabla 14. Características de los equipos.	53
Tabla 15. Características de los muebles requeridos en el proyecto.	53
Tabla 16. Características de las herramientas requeridas en el proyecto.	54
Tabla 17. Detalle de Inversión inicial.	59
Tabla 18. Resumen de Inversión.	60
Tabla 19. Depreciación de activos tangibles.	62
Tabla 20. Activos intangibles	63
Tabla 21. Financiamiento del proyecto.....	63
Tabla 22. Tabla de amortización.	64
Tabla 23. Gastos administrativos.....	64
Tabla 24. Gastos de ventas.	65
Tabla 25. Gastos de financieros.....	65
Tabla 26. Costo de plan de servicio básico.	66
Tabla 27. Costo de plan de servicio premium.	66

Tabla 28. Costo de plan de servicio especial 1.....	66
Tabla 29. Costo de plan de servicio especial 2.....	67
Tabla 30. Costos fijos y variables.....	67
Tabla 31. Total costos fijos y variables.....	68
Tabla 32. Precio de venta unitario.	68
Tabla 33. Promedios esperados costos de venta.....	69
Tabla 34. Proyección de costo de venta.	70
Tabla 35. Incremento de costo de venta.....	70
Tabla 36. Promedio esperado de ventas.	71
Tabla 37. Proyección de ventas.	72
Tabla 38. Incremento precio de ventas.	72
Tabla 39. Gastos incurridos en sueldos.....	73
Tabla 40. Capital de trabajo.....	73
Tabla 41. Balance de situación inicial	74
Tabla 42. Estado de resultados.	75
Tabla 43. Flujo de caja proyectado.....	76
Tabla 44. Punto de equilibrio	77
Tabla 45. Evaluación financiera.	78
Tabla 46. Periodo de recuperación.	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ejemplo de Propiedades en altura.....	33
Figura 2. Ejemplo de Propiedades Subterráneas.	33
Figura 3. Logotipo Camposanto	34
Figura 4. Cantidad de personas que integran las familias.	37
Figura 5. Situación actual del cementerio general.....	38
Figura 6. El Cementerio del cantón Mocache cubre las necesidades de la población.....	39
Figura 7. Es necesaria la implementación de un nuevo cementerio en el cantón Mocache.....	40
Figura 8. Estaría dispuesto a adquirir una propiedad en un Camposanto privado con ambiente de jardines y áreas verdes.....	41
Figura 9. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una propiedad en un cementerio privado....	42
Figura 10. Sitio en el que desearía que se realice la sepultura de un ser querido.....	43
Figura 11. Motivos por los que seleccionó el sitio mencionado en la pregunta anterior.....	44
Figura 12. La creación de un Camposanto privado sería una fuente de trabajo.....	45
Figura 13. Tendría el interés de trasladar un familiar de un cementerio tradicional a un cementerio privado.....	46
Figura 14. Estaría de acuerdo que el Camposanto tenga el nombre de “JARDINES DE MOCACHE”	47
Figura 15. Mapa del Cantón Mocache	50
Figura 16. Estructura Organizacional del Camposanto “Jardines de Mocache”	55
Figura 17. Punto de equilibrio	77

CÓDIGO DUBLIN

(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIÓN			
1.	Título / Title	M	“Estudio de factibilidad para la creación de un Camposanto privado en el cantón Mocache, año 2015.”
2.	Creador / Subject	M	Valeria Rivera; Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
3.	Materia /Subject	M	Ciencias Empresariales: Escuela de Gestión Empresarial
4.	Descripción /Description	M	Después de la breve observación de la situación actual en que se encuentra el cementerio municipal del Cantón Mocache, se pudo notar que carece de espacio y sin posibilidades de ampliación. Ya que los familiares se ven obligados a trasladar sus difuntos a otras ciudades Tomando en cuenta lo necesario e importante que es para los habitantes del Cantón Mocache contar con este servicio se ha puesto en marcha el desarrollo del presente proyecto que 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 Camposanto Privado.

5.	Editor / Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales; Valeria Rivera Douglas.
6.	Colaborador /Contributor	O	Ing. Fernando Suárez Núñez, MSc
7.	Fecha /Date	M	
8.	Tipo /Type	M	Proyecto de Investigación
9.	Formato / Format	R	Programas de Microsoft office word 2010, Excel 2010
10.	Identificador /Identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec Valeria_rivera17@hotmail.com
11.	Fuente / Source	O	Encuesta, Investigación Empresarial
12.	Lenguaje/ Lenguaje	M	Español

13.	Relación / Relation	O	Ninguno
14.	Cobertura /Coverage	O	Gestión Empresarial
15.	Derechos / Ringhts	M	Ninguno
16.	Audiencia /Audience	O	Proyecto de Pregrado

Introducción

El trabajo de investigación tiene como finalidad conocer la factibilidad para la creación de un Camposanto privado en el cantón Mocache, ya que en las últimas décadas se ha visto un crecimiento en el índice poblacional del país, de igual manera en el cantón Mocache las empresas han mejorado en la oferta de bienes y servicios.

El objetivo de construir otro cementerio en el cantón Mocache tiene como propósito brindar un mejor servicio a los habitantes de la zona, respondiendo a las necesidades presentes y futuras de espacios adecuados para dar cristiana sepultura a quienes dejan de existir y ofrecer otra forma de honrar y recordar a los seres queridos mediante una nueva propuesta de un Camposanto privado con el fin de garantizar la tranquilidad a los familiares por tal acontecimiento.

Por tanto el presente proyecto está enfocado a todo grupo de personas que viven en la zona urbana y rural del cantón y a su vez por ser considerados como el mercado al cual nos vamos a dirigir.

La filosofía será la de mejorar día a día los servicios del Camposanto, siguiendo las directrices técnicas de la municipalidad, se realizará la construcción de unidades de sepultura, bóvedas individuales, osarios, lotes familiar y lote doble, con planes de servicios de previsión, de esta forma con los conceptos mencionados se pretende dar respuestas adecuadas y oportunas a la población, con un concepto diferente lo cual no significa anticiparse o desear lo inesperado.

Hay que recalcar la importancia de este sector, ya que en la actualidad muchas personas están dependiendo en mayor o en menor proporción de dicha actividad o tipo de empresas, desde maquilladores que preparan al fallecido para que se tenga “la impresión de que duerme”. Se incluyen también pintores, vendedores de bóvedas, guardias, etc. que conjuntamente con la infraestructura empresarial contribuyen al desarrollo del sector hoy en día.

En el capítulo I. Se muestra el marco contextual donde localizaremos el problema de investigación en el cual se encuentra definido el planteamiento, diagnostico, formulación y sistematización del problema.

En el capítulo II. Se pauta la fundamentación teórica la cual está compuesta por marco conceptual, marco referencial y marco legal.

En el capítulo III. Se especifica la metodología la cual está conformada por los métodos utilizados durante la exploración, como son los tipos de investigación, fuentes de recopilación de información, diseño, instrumentos y tratamiento de datos.

En el capítulo IV. Está compuesto por los resultados y discusión mediante cuadros y gráficos, los cuales puntualizan los resultados de la encuesta realizada a los posibles clientes; en este capítulo también encontraremos los componentes del estudio de factibilidad.

En el capítulo V. Se muestra las conclusiones y recomendaciones del proyecto planteadas concisamente de los objetivos.

En el capítulo VI. Está compuesto por la bibliografía.

En el capítulo VII. Se especifica los anexos del presente trabajo.

CAPÍTULO I

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de investigación.

1.1.1. Planteamiento del problema.

Uno de los grandes inconvenientes que presenta actualmente el cantón Mocache acerca del servicio de inhumación o cementerio para depositar los restos de nuestros difuntos obedece a que el cantón ha tenido un incremento de la población, y de la misma forma las necesidades de los habitantes han aumentado.

El escaso espacio físico existente en el cementerio general enfrentando el grave problema de no contar con el suficiente espacio para la ampliación del mismo y la muestra de la necesidad de este tipo de servicio en el cantón Mocache, teniendo la población serios inconvenientes al momento de ocurrir algún siniestro de este tipo lo cual conlleva a los habitantes a trasladar a sus difuntos a los cementerios de otras localidades. La creación de un Camposanto privado en el cantón Mocache, brindará un espacio adecuado para sepultar a los difuntos sin que exista la necesidad de trasladar los cuerpos a otras ciudades.

1.1.2. Diagnóstico.

a. Causas.

- Falta de emprendimiento.
- Escasa inversión.
- Carencia de conocimientos en proyectos de Camposanto.

b. Efectos.

- Desorganización y desinterés sobre proyectos de Camposanto.
- Los recursos existentes no cubren la inversión requerida para este tipo de proyecto.
- Servicios deficientes por la limitada capacidad del cementerio actual.

c. Pronóstico.

La carencia de espacio físico en el cementerio general del cantón Mocache, conlleva al incremento de la demanda insatisfecha de servicios de Camposanto en la comunidad Mocacheña.

d. Control de pronóstico.

La construcción de un Camposanto privado disminuirá la demanda insatisfecha actual de servicios de Camposanto en el cantón Mocache.

1.1.3. Formulación del problema.

¿De qué manera cubrirá la demanda de necesidades señaladas de los deudos de la comunidad, la creación de un Camposanto privado, en el cantón Mocache?

1.1.4. Sistematización del problema.

¿De qué manera influye el análisis de la situación actual del cementerio general del cantón Mocache para determinar la necesidad de la creación de un Camposanto privado?

¿Qué elementos deben tomarse en consideración al momento de realizar un Estudio de Mercado para identificar la oferta, los precios y la demanda insatisfecha de servicios de Camposanto, para la construcción de un cementerio privado?

¿Qué factores se deben analizar en el estudio técnico, económico y financiero para determinar la viabilidad del proyecto?

1.2. Objetivos.

1.2.1. Objetivo General.

Elaborar un estudio de factibilidad para la construcción de un Camposanto privado en el cantón Mocache, Año 2015.

1.2.2. Objetivos Específicos.

- Analizar la situación actual del cementerio general del cantón Mocache para determinar la necesidad de la construcción de un Camposanto privado.
- Realizar un estudio de mercado para identificar la oferta, los precios y la demanda insatisfecha de servicios de Camposanto en el cantón Mocache.
- Realizar un análisis técnico, económico y financiero para determinar la viabilidad del proyecto.

1.3. Justificación.

La presente investigación tiene como finalidad la creación de un Camposanto privado en el cantón Mocache debido a la insuficiencia de espacio físico en el cementerio general, dado el aumento demográfico de la población Mocacheña.

El cantón Mocache está en constante crecimiento poblacional lo cual incrementa las necesidades de la comunidad en lo relacionado con los servicios de Camposanto para dar cristiana sepultura a los fieles difuntos en dicha localidad, puesto que se observa que el cementerio general ha sido ocupado en el 100% de su capacidad.

Con la implantación del Camposanto privado se espera dar solución al problema de inhumación que enfrenta la población, para ello se pondrá a la disposición de todos los ciudadanos de la localidad, los servicios del cementerio privado, que se precisen convenientes con una excelente calidad.

De esta manera se proporcionara un aporte socio económico a la comunidad, cubriendo una necesidad insatisfecha mejorando las condiciones del cantón en cuanto a su reorganización urbanística y de desarrollo social.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco Conceptual.

2.1.1. Estudio de factibilidad.

(Miranda Miranda Juan José, 2012) Cuando persisten dudas en torno a la viabilidad del proyecto en algunos de sus aspectos fundamentales, se procede a depurar la información que permita otorgar mejores y más confiables soportes a los indicadores de evaluación, en el caso de proyectos de gran complejidad como vías troncales, hidroeléctricas, sistemas de transporte masivo, y en general de infraestructura pesada, que suelen determinar altos costos de oportunidad a cargo de la comunidad y compromisos serios para las generaciones futura.

(Meza Orozco Jhonny de Jesús, 2010) Los capítulos (estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero) del estudio de factibilidad son similares a los de prefactibilidad, salvo que en este primer nivel las investigaciones realizadas son de mayor profundidad, en las cuales ya se definen estrategias para la materialización del proyecto.

2.1.2. Camposanto.

(Haro K., 2009) A partir del siglo XVIII, por razones sanitarias y por la rápida saturación de los espacios aparecen los primeros camposantos exteriores, los jardines mismos que ocupaban los huertos de los conventos. Es posterior la preocupación del tema de reubicación de estos espacios como equipamiento urbano, hacia la periferia, por el problema de contaminación a causa de la descomposición de los muertos. En el periodo republicano, como causa de la revolución se prevé la adopción de medidas de administración públicas para regular y normar este tipo de proyectos en el país.

2.1.3. La situación actual y su evolución.

(Miranda Miranda Juan José, 2012) La descripción de la situación actual debe conducir, posteriormente, a un análisis en el cual se establezcan las principales acciones que se deben realizar para solucionar el problema o atender la necesidad (alternativas), o aprovechar una oportunidad.

2.1.4. Estudio de mercado.

(Miranda Miranda Juan José, 2012) Conviene desde un principio clarificar la noción de mercado en una perspectiva amplia. Es preciso, entonces, incluir en ella todo el entorno que rodeara al proyecto: llámense consumidores o usuarios, proveedores, distribuidores, competidores y toda suerte de limitaciones de tipo político, legal o institucional, económico o social.

(Orozco, 2013) El estudio de mercado es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio que requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su desarrollo de los demás capítulos.

(Maria del Carmen Alarcon del Amo, 2014) Satisface la necesidad de los directivos de marketing de conocer el mercado porque reduce la incertidumbre, la base de marketing es conseguir la satisfacción de las necesidades de los clientes y el establecimiento de relaciones estables en el largo plazo mediante el valor que proporcionan los productos y servicios.

2.1.4.1. Análisis de la demanda.

(Miranda Miranda Juan José, 2012) El análisis de la demanda busca corroborar y dimensionar la existencia de personas o grupos organizados o instituciones, dentro de un ámbito social que estarían dispuestas a consumir un bien o recibir un servicio (población de referencia), tenga o no capacidad de pago. La teoría económica indica que la demanda es una función que depende del nivel de ingreso de los consumidores.

(Miranda Miranda Juan José, 2008) Manifiesta que aparecen una serie de factores que condicionan y determinan los gustos y preferencias de los consumidores, lo mismo que su poder adquisitivo o capacidad de compra.

2.1.4.2. Análisis de la oferta.

(Córdova, G, 2011) Consiste en establecer el vínculo entre la demanda y la forma en que esta será cubierta por la producción presente o futura de la imagen que se pretende introducir al mercado. Los elementos fundamentales en la determinación de la oferta de un producto son: el costo de producción, el nivel tecnológico, la marca y el precio del bien y la competencia.

(Merino, J, 2008) El estudio de la oferta, consiste en conocer los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, así como saber, el mayor número de características de las empresas que los generan. Durante el proceso de recolección de datos, es frecuente que las organizaciones eviten dar información sobre sí mismos, por lo que hay necesidad de prever ciertos procedimientos o técnicas para obtener los datos o información que se requieren. Por ello, lo primero es determinar el número de productores y oferentes que intervienen en el área de influencia, es decir nuestra competencia.

2.1.4.3. Análisis de precios.

(Miranda Miranda Juan José, 2012) El estudio de precios tiene que ver con las distintas modalidades que toma el pago de los bienes o servicios, sea a través de precios, tarifas o subsidios.

(López-Pinto,B, 2010) El precio es la expresión de un valor. El valor de un producto depende de su grado de utilidad para el comprador, de su calidad percibida, de la imagen que lleva consigo creada mediante publicidad y promoción, de su disponibilidad en los canales de distribución y del nivel de servicio que acompaña a dicho producto.

2.1.4.4. Comercialización del producto.

(Baca Urbina Gabriel, 2010) La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar.

(Córdova, G, 2011) Se trata de la forma en que el bien será distribuido a los consumidores. Los aspectos referentes a la comercialización se pueden dividir en tres variables.

2.1.5. Estudio técnico.

(Miranda Miranda Juan José, 2012) Diferentes opciones de tamaño y su relación con el mercado; alternativas de localización y criterios para su definición; identificación y selección de procesos técnicos utilizables; aproximación al modelo administrativo tanto para el periodo de ejecución como para la operación; y definición en lo posible de las actividades que se desarrollaran en la etapa de ejecución y su cronología, para determinar en lo posible el momento de puesta en marcha.

(Meza Orozco Jhonny de Jesús, 2010) El Estudio técnico debe ir coordinado con el estudio de mercado, pues la producción se realizara para atender las ventas que se identifican en este último estudio.

(Sanchez, 2013) El análisis técnico, dentro del análisis bursátil, es el estudio de la acción del mercado, principalmente a través del uso de gráficas, con el propósito de predecir futuras tendencias en el precio.

2.1.6. Estudio económico.

(Rivera Martínez Francisco, 2010) Para efectuar el llamado por estos autores estudio económico, necesitamos estimar volumen de producción, precio de venta, costos variables y costos fijos, lo que nos permite conocer los ingresos y egresos del proyecto a desarrollar.

(Baca, 2011) Declara que el estudio económico consiste en ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que promocionan las demás etapas y elevar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

(SAPAG N., 2013) El estudio económico tiene como finalidad proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

2.1.7. Evaluación financiera.

(Miranda Miranda Juan José, 2012) Presupuesto y cronología de las inversiones, estimadas en forma agregada y basadas en cotizaciones actualizadas. Presupuestos de costos clasificados en: de producción, administrativos y ventas (teniendo la información suficiente también se puede incluir los costos financieros). Presupuestos de ingresos con base a los estimativos de producción y precios. Todos los presupuestos se deberán proyectar al horizonte del proyecto.

(Mantilla, 2013) La globalización, la crisis económica y financiera en los últimos años han estado ejerciendo presión sobre una serie de países, entre ellos Colombia para que adopte las Normas Internacionales de información Financiera (NIIF). Aproximadamente 120 países y jurisdicciones de informales permiten o requieren las NIIF para las empresas nacionales que coticen en bolsa.

(Lapatza, 2010) Está formado por el conjunto de instituciones, medio y mercado, cuyo fin primordial es canalizar el ahorro que generan las unidades de gasto con superávit, hacia los prestatarios o unidades de gasto con déficit. El sistema financiero comprende, pues, tanto los instrumentos o activos financieros, como las instituciones o intermediarios y los mercados financieros (los intermediarios compran y venden los activos en los mercados financieros).

2.2. Marco Referencial.

2.2.1. Estudio de Mercado.

(Rivera Martínez Francisco, 2010) De acuerdo con Arreola y Zambrano, para desarrollar el tema de análisis de mercado, una vez que se haya descrito el producto en términos precisos, es necesario realizar una serie de estudios en fuentes primarias y secundarias que nos permite conocer la oferta histórica y proyectada, los factores de influencia del contexto, sean favorables o desfavorables, y los principales competidores previstos en el mercado en que se va a incidir.

(Miranda Miranda Juan José, 2008) El estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados; procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultado la aceptación o no y sus complicaciones de un producto del mercado

(Alarcon, 2014) La base de marketing es conseguir la satisfacción de las necesidades de los clientes y el establecimiento de relaciones estables en el largo plazo mediante el valor que proporcionan los productos y servicios. Para poder dar cumplimiento a esta premisa es necesario que las empresas obtengan información del mercado

2.2.1.1. Definición del producto.

(Miranda Miranda Juan José, 2012) Derivado del proceso técnico se deben identificar plenamente todos y cada uno de los productos principales, los productos secundarios, los subproductos y también los desechos derivados del proceso de elaboración. También se puede discriminar en otras categorías tales como: producto de consumo final (duradero o perecedero, necesario o suntuario, habitual o no habitual, etc.); Productos de temporada, tradicionales, de alta o baja rotación, etc.

(Flores, 2010) El producto es el test de envase, test de marca y logotipo, atributos y beneficios percibidos, posicionamiento más adecuado, modificación y eliminación de características estas son las preguntas más típicas que se plantean a la hora de analizar el producto.

2.2.1.2. Servicio.

(GARZA, G., 2009) Los servicios se agrupan, por exclusión, dentro del sector terciario que incluyen las comunicaciones y el transporte, el comercio y los servicios propiamente dichos, esto es, las actividades bancarias y de seguros, los hoteles y restaurantes, las amenidades, atención de la salud, educación, así como el sector gobierno. Se suelen denominar en su conjunto “Servicios”.

(Miranda Miranda Juan José, 2008) Es ofrecer la deliberada intención de llevarlos a los consumidores o usuarios finales, por lo tanto cualquier acción de promoción o publicidades encamina a consumirlo desde luego la necesidad de asumir un costo por ese concepto.

2.2.1.3. Ceremonias.

(Mendoza,V, 2011) Las ceremonias fúnebres y los actos protocolarios que de ellas se derivan tienen una historia copiosa y variada, de acuerdo con las ideas religiosas de los distintos pueblos desde la más remota antigüedad. De ahí la gran importancia en todas las culturas en cuanto al ritual de la muerte y a las exequias.

2.2.1.4. Segmentación del mercado.

(Miranda Miranda Juan José, 2008) Todos los mercados están compuestos por una serie de submercados o “segmentos” de consumidores que tienen entre ellos características comunes de tipo demográfico, geográfico, sociográficas, económico, étnico, cultural, etc. De lo anterior se desprende que el propósito de la segmentación es detectar la posible demanda en el mayor nivel de detalle posible, con el fin de identificar la forma como se deben orientar los esfuerzos en la satisfacción de la necesidad de cada uno de los grupos inferiores que componen la demanda global.

2.2.1.5. Naturaleza y usos del producto.

(Florez Juan, 2012) Los productos pueden clasificarse desde diferentes puntos de vistas. A continuación se da una serie de clasificaciones, todas ellas arbitrarias. Como éstas, pueden existir otras clasificaciones, cuyo objetivo es tipificar un producto bajo cierto criterio.

2.2.1.6. Comportamiento de la demanda.

(Nassir Sapag Chain, 2011) La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado. Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda se denominan oferta del mercado.

(Nassir Sapag Chain, 2011) La satisfacción de las necesidades de los clientes debe tener en cuenta la existencia de los ingresos como un recurso escaso.

2.2.1.7. Publicidad y propaganda.

(Córdova, G, 2011) La cantidad destinada en el presupuesto para promoción del producto y su distribución para darlo a conocer, así como para anuncios en radio, televisión, periódicos, revistas, folletos, espectaculares, etc.

2.2.1.8. Canales de distribución y su naturaleza.

(Florez Juan, 2012) Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria.

(Baca Urbina Gabriel, 2010) En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista.

2.2.2. Estudio técnico.

(Miranda Miranda Juan José, 2012) El estudio técnico además, se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos

disponibles. De aquí se desprende la identificación de procesos y del equipo, de los insumos materiales y la mano de obra necesarios durante la vida útil de un proyecto.

(Florez Juan, 2012) El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.

(Urbina, 2010) El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. La determinación de un tamaño óptimo es fundamental en esta parte del estudio.

2.2.2.1. Tamaño.

(Miranda Miranda Juan José, 2008) El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la presentación de un servicio durante la vigencia del proyecto.

2.2.2.2. Localización del proyecto.

(Meza Orozco Jhonny de Jesús, 2010) El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia básica en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y contraídas las instalaciones del proyecto, no es una cosa Fácil cambiar de domicilio. Lo ideal en los proyectos de inversión es que a la hora de tomar la decisión de seleccionar el sitio en donde se debe construir la obra civil de una futura empresa.

2.2.2.3. Macro localización.

(Baca, 2011) Se le llama macro localización al área general donde se localiza el proyecto, puede ser el país, o el espacio de alguna región. Para realizar esta, se tiene, se tiene que hacer un análisis de factores como el mercado de consumo, la ubicación de materias primas, disponibilidad de mano de obra e infraestructura requerida para el proyecto.

2.2.2.4. Micro localización.

(Marín Monteagudo, Deisy Roset, 2012) Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicara definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

(Córdova, G, 2011) El objetivo de este análisis parcial, es determinar cuál es la mejor alternativa dentro de la macro-localización, con lo que le es posible llegar a la especificación de la zona seleccionada. Define la ubicación precisa que tendrá el proyecto, en ella identificaremos claramente el lugar, medidas del terreno, domicilio, vías de acceso, etc., esta micro localización, abarca también la definición de las condiciones naturales, geográficas y físicas que tiene el lugar, así como su infraestructura y disponibilidad de mano de obra para el proyecto.

2.2.2.5. Ingeniería del proyecto.

(Baca Urbina Gabriel, 2010) La ingeniería del proyecto se trata de establecer datos concernientes a la instalación y la marcha de la planta.

(Baca, 2011) La ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria determinado la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de la organización jurídica y que habrá de tener la planta productiva.

2.2.2.6. La organización.

(Miranda Miranda Juan José, 2012) Todas las actividades que se desarrollan tanto en la ejecución como durante la operación del proyecto deben ser programadas, coordinadas y controladas por un ente administrativo que garantice su objetivo; en consecuencias, la estructura organizativa que se diseñe para la gestión pertinente no solamente será importante en términos del logro de esas metas, sino que tendrá efectos en las inversiones y en los costos de operación.

2.2.3. Estudio económico y financiero.

(Baca Urbina Gabriel, 2010) Cuando se habla de financiamiento es necesario mostrar cómo funciona y como se aplica en el estado de resultados, pues modifica los flujos netos de efectivo. De esta forma se selecciona un plan de financiamiento, y se muestra su cálculo tanto en la forma de pagar intereses como en el pago del capital.

(Mantilla, 2013) La globalización, la crisis económica y financiera en los últimos años han estado ejerciendo presión sobre una serie de países, entre ellos Colombia para que adopte las Normas Internacionales de información Financiera (NIIF). Aproximadamente 120 países y jurisdicciones de informales permiten o requieren las NIIF para las empresas nacionales que coticen en bolsa.

2.2.3.1. Inversión.

(Meza Orozco Jhonny de Jesús, 2010) Es la etapa del ciclo del proyecto en el cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La Inversión se realiza en un periodo de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio.

(Meza Orozco Jhonny de Jesús, 2010) El periodo de inversión se inicia en el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando el proyecto está en operación. En esta etapa se materializa lo definido en el estudio técnico, en lo que hace referencia a las inversiones que son necesarias para dejar al proyecto en condiciones de entrar en operación.

(Fernández, 2010) Se deben describir y especificar en detalle las construcciones o remodelaciones necesarias para la puesta en marcha del proceso de producción. Se deben incluir las obras de infraestructura, que sean necesarias para la operación del proyecto

2.2.3.2. Presupuesto.

(Rivera Martínez Francisco, 2010) Este documento, resultado del proceso de costeo, nos presenta las actividades del proyecto y sus costos correspondientes, así como sus sumas parciales y totales. Se puede estructurar de diversas maneras; una forma común es

diferenciando los costos directos de los indirectos. Se pueden también especificar cuentas y subcuentas para asociarlas con la contabilidad de la organización.

2.2.3.3. Depreciación.

(Meza Orozco Jhonny de Jesús, 2010) Desde la óptica contable, la depreciación es la distribución como gasto del valor del activo en los periodos en los cuales presta sus servicios. Los activos fijos, con excepción de los terrenos, son de uso de la empresa por un número limitado de años y su costo se distribuye como gasto entre los años durante los cuales se usa.

(Miranda Miranda Juan José, 2012) Una de las finalidades que se le asigna a la partida de depreciación, es la de recuperar el capital invertido en activos depreciables. Los fondos de depreciación acumulados sirven para financiar diferentes sectores de desarrollo del proyecto y para hacer frente a nuevas necesidades.

2.2.3.4. Activos fijos.

(Meza Orozco Jhonny de Jesús, 2010) Están constituidos por aquellos activos tangibles adquiridos o contruidos por el ente económico, o que se encuentren en proceso de construcción, y tienen como objetivo utilizarse en forma permanente para la producción de bienes y servicios, para arrendarlos o usarlos en la administración de la empresa.

2.2.3.5. Activos diferidos.

(Meza Orozco Jhonny de Jesús, 2010) Son aquellas inversiones que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto. El valor de la inversión realizada en estos activos se recupera mediante el mecanismo de la amortización. La depreciación y la amortización tienen la misma connotación financiera.

2.2.3.6. Financiamiento.

(SARMIENTO, R, 2009) Es la búsqueda de capital a través de los diferentes mecanismos de obtención de recursos financieros y de la especificación de los diferentes flujos de origen y uso de fondos para el periodo de tiempo estipulado.

2.2.3.7. Amortización.

(Meza Orozco Jhonny de Jesús, 2010) La amortización financiera se define como el proceso por medio del cual se cancela una deuda junto a sus intereses, mediante una serie de pagos, en un tiempo determinado. La palabra amortización proviene del latín mors, que significa muerte, por lo tanto, la palabra amortización es el proceso con el que se mata una deuda.

2.2.3.7.1. Tabla de amortización.

(Meza Orozco Jhonny de Jesús, 2010) Al diseñar un plan de amortización de una deuda se acostumbra construir la tabla de amortización, que registra periodo a periodo la forma como va evolucionando el pago de la deuda.

2.2.3.8. Capital de trabajo.

(Meza Orozco Jhonny de Jesús, 2010) Por capital de trabajo entenderemos que son los recursos, diferentes a la inversión fija y diferida, que un proyecto requiere para realzar sus operaciones sin contratiempo alguno. Dichos recursos están representados por el efectivo, las cuentas por cobrar y el inventario. Observando el balance general nos encontramos que las cuentas que acabamos de mencionar constituyen los activos corrientes; por lo tanto, podemos afirmar que desde un punto de vista gerencial y para efectos de evaluación financiera de proyectos, el capital de trabajo son los activos corrientes. En la práctica, para que comience a operar el proyecto lo esencial, en cuanto al capital de trabajo se refiere, es el efectivo y los inventarios de materia prima (o producto terminado si la empresa es comercial).

2.2.3.9. Estado de resultados.

(SAPAG N., 2013) Es un documento contable complementario donde se informa detallada y ordenadamente el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente excedentes) de una entidad durante un periodo determinado.

2.2.3.10. Punto de equilibrio.

(Florez Juan, 2012) El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.

(Baca Urbina Gabriel, 2010) El punto de equilibrio es el nivel de producción en que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

2.2.3.11. Tasa interna de retorno (TIR).

(Nassir Sapag Chain, 2011) Un segundo criterio de evaluación lo constituye la tasa interna de retorno (TIR), que mide la rentabilidad como porcentaje.

(Meza Orozco Jhonny de Jesús, 2010) Una interpretación importante de la TIR, es que ella es la máxima tasa de interés a la que un inversionista estaría dispuesto a pedir prestado dinero para financiar la totalidad del proyecto, pagando con los beneficios (Flujos netos de efectivo) la totalidad del capital y de sus intereses, y sin perder un solo centavo.

2.2.3.12. Valor actual neto (VAN).

(Nassir Sapag Chain, 2011) Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión.

(Fernández, 2010) El valor actual neto (VAN) se define como el valor presente de los rendimientos futuros descontados del costo de capital menos el costo de la inversión.

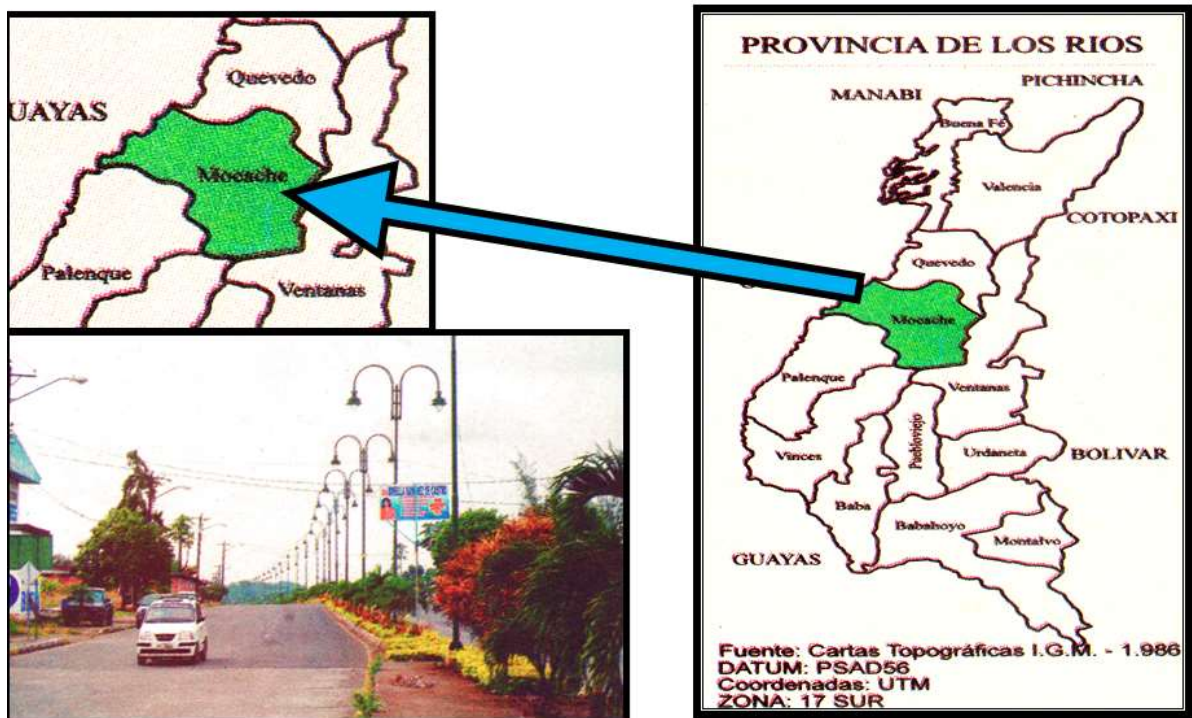
CAPÍTULO III
MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización.

El proyecto tiene como finalidad construirse en el cantón Mocache, Provincia de Los Ríos, ubicado en el km 2 ½ vía a palenque el mismo que es de herencia familiar, cuyos límites son Norte: el cantón Quevedo y la provincia del Guayas, al Sur: con los cantones Palenque y Vinces, al Este: Cantón Quevedo y Ventanas y al Oeste: Provincia del Guayas y el cantón Palenque; con una superficie aproximada de 572.3 Km², temperatura media oscila entre 23 y 33°.

Según datos proporcionados por el último Censo realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), en el cantón Mocache habitan 38.392 personas.

Figura 1. Localización del proyecto



Fuente: I.G.M. y Diario LA Hora
Elaborado por: Autora

3.2. Tipos de investigación.

3.2.1. Investigación bibliográfica.

Este tipo de investigación permitió recopilar la información proporcionada por folletos, libros, etc.

3.2.2. Investigación de campo.

La investigación de campo fue empleada al momento de realizar las encuestas al mercado consumidor en el cantón Mocache.

3.2.3. Investigación descriptiva.

Permitió relatar el comportamiento del mercado, utilizando medios estadísticos y gráficos, dando a conocer la carencia de este servicio en dicho cantón.

3.3. Métodos de investigación.

3.3.1. Método deductivo

Por medio del método deductivo se pudo establecer la aceptación que se ha tenido al momento de realizar las respectivas investigaciones, para el proyecto que se quiere implementar.

3.3.2. Método analítico

Este método permitió visualizar y examinar los datos seleccionados durante el proceso de investigación identificando la necesidad de la comunidad como situación general, y la propuesta del proyecto y objetivo de estudio.

3.3.3. Método descriptivo

Mediante el presente método se pudo representar los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación para establecer la viabilidad del proyecto para la construcción de un Camposanto privado en el cantón Mocache.

3.3.4. Método histórico

Este método permitió conocer los sucesos pasados y de la misma forma la evolución que ha tenido el Cantón Mocache en los últimos años sobre el servicio de Camposanto en la comunidad.

3.4. Fuentes de recopilación de información.

3.4.1. Primarias.

- **Comercializadores**

Esta fuente se aplicó para cumplir con el objetivo planteado para la cual se realizó un estudio explorativo a varios pequeños empresarios del cantón con el fin de obtener información relativa al objeto de estudio.

- **Universo**

Según datos de INEC la población del Cantón Mocache del año 2010 es de 38.392 personas.

3.4.2. Secundarias.

La presente investigación, fue respaldada a través de fuentes escritas, como libros, documentos, etc., y con toda la información seleccionada se procedió a estructurar el perfil de la investigación.

3.4.3. Población y muestra

De acuerdo al último censo de población realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2010, el cantón Mocache presenta una población total de 38.392 habitantes, en el área rural 30.364 habitantes de los cuales 15.986 son de sexo masculino y 14.378 son de sexo femenino; en cuanto al área urbana la población es de 8.028 habitantes de los cuales 4.010 son de sexo masculino y 4.018 son de sexo femenino.

Para ello se consideró necesario distribuir el número de encuestas por Área, tal como se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 1. Porcentaje de encuestas por área.

Sectores	Habitantes	Porcentajes
Área Rural	30.364	79.09%
Área Urbana	8.028	20.91%
Total	38.392	100%

Fuente: Censo INEC 2010

Elaborado por: Autora

Se tomará una muestra de la población existente aplicando la siguiente fórmula para el cálculo muestral:

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

Significado:

n= Tamaño de la muestra.

E= Población a investigarse.

N= Índice error máximo admisible = 0.05

Datos:

n=?

E= 38.392

N= 0.05

Desarrollo:

$$n = \frac{38.392}{(0.05)^2(38.392 - 1) + 1}$$

$$n = 395$$

Este valor representa el total de personas que se encuestarán.

3.5. Instrumentos de investigación.

3.5.1. Encuestas.

Por medio de este instrumento se obtuvo información necesaria para la implementación del negocio, mediante un cuestionario dirigido a la población, consumidores finales e intermediarios.

3.5.2. Observación directa.

Este Instrumento se utilizó para observar directamente y registrar el comportamiento habitual de los posibles compradores del servicio de Camposanto.

3.5.3. Análisis de documentos.

Este Instrumento permitió realizar un análisis, y de esta forma encontrar la información necesaria para aplicar la investigación.

3.6. Tratamiento de los datos.

La encuesta se realizó a una muestra de habitantes y los comerciantes informales del cantón Mocache para obtener información relevante para el análisis del problema y de esta forma determinar las preguntas de la encuesta. Para que esto se pueda elaborar de manera ordenada se utilizó el programa Excel donde aplicamos las preguntas de la encuesta dando como resultado en las tablas y gráficos del proyecto.

3.7. Recursos materiales.

Se utilizaron los siguientes materiales para elaborar el presente trabajo de investigación:

- Libros
- Hojas de papel A4
- Esferográficos
- Resaltadores
- Carpetas
- Anillados
- Lápiz
- Borrador
- Empastados
- Computador
- Impresora
- Cámara fotográfica
- Pen drive
- Internet
- Cd
- Libros de apoyo
- Cartuchos para impresora

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

4.1. RESULTADOS

4.1.1. ESTUDIO DE MERCADO

4.1.2. Análisis de la oferta.

Para el análisis de la oferta se realizó entrevistas en cada una de las empresas que prestan servicios de inhumación y exequiales, que se encuentran en el área urbana del cantón Mocache, con lo que se presenta el detalle de la información obtenida.

Funeraria “Bravo”

- Ubicación: En el centro del cantón.
- Servicios: Funerales y tramites de cobro en el IESS.
- Productos exequiales: Cofre, carroza y servicio religioso.
- Precios por productos: \$1.000,00 (El valor puede variar dependiendo el tipo de cofre)
- Precios por servicios: No tiene precios separados.
- Planes de financiamiento: No cuenta con planes de financiamiento.

Funeraria “Palacios”

- Ubicación: En el centro del cantón.
- Servicio: Funerales y de exhumación.
- Productos exequiales: Cofre de madera, prensa de radio, servicio religioso, formolización y autocarroza.
- Precios por productos: \$1.200,00 (El valor puede variar dependiendo el tipo de cofre)
- Precios por servicios: No tiene precios separados.
- Planes de financiamiento: No cuenta con planes de financiamiento.

De acuerdo a la investigación realizada a la competencia en el cantón Mocache se observa que para el camposanto no existe una competencia directa porque ninguna otra empresa ofrece los servicios de inhumación que brindará el Camposanto propuesto, brindando comodidad y confort a los clientes, por lo que la demanda actual permite el ingreso de la empresa a este mercado, ya que existe una demanda insatisfecha y con perspectivas claras de crecimiento y se puede agregarle el hecho que el Cementerio General (municipal) ya se encuentra sin espacio suficiente para cubrir la demanda existente en el cantón.

Por tanto se considera que actualmente existen las siguientes empresas: Funeraria Bravo y Palacio, las que se dedican a prestar servicios de exhumación y exequiales.

4.1.3. Análisis de la demanda.

4.1.3.1. Definición e identificación del servicio.

La creación de un Camposanto privado en el Cantón Mocache.

4.1.3.2. Tipos de servicios.

Cuando hablamos de tipos de servicios nos referimos al servicio que se ofrecerá en el Camposanto, nuestro propósito es acoger los restos mortales de nuestros seres queridos en un ambiente de paz y naturaleza, ya que el Cementerio Municipal ya no cuenta con espacio físico; y el servicio que está brindando actualmente es deficiente porque se encuentra colapsado.

Brindando un lugar de paz para el descanso de los restos mortales, estableciendo precios más accesibles para todas las clases sociales, resolviendo el problema de ubicación, urbanización y arquitectura en una zona totalmente reservada, diseñando un Camposanto privado que contribuya también al crecimiento urbanístico de Mocache.

La empresa se encargará del asesoramiento para los trámites pertinente y los espacios adecuados para dicho sector, ofreciendo servicios como:

- Preparación del difunto.
- Mantenimiento a perpetuidad.
- Vigilancia las 24 horas del día.
- Sistemas de financiamiento.

- Cómodas cuotas mensuales.
- Asesoramiento para los trámites pertinentes.
- Ceremonia de despedida.
- Espacio adecuados a preferencia del campo cliente.
- Lápidas de mármol con su respectivo grabado.

Identificación de los servicios que ofrecerá el Camposanto Jardines de Mocache.

Servicio básico:

- Nichos para restos (Propiedades individuales y horizontales).
- Asesoramiento para tramites pertinentes.
- Lápida de mármol con su respectivo grabado.
- Apertura y cierre del espacio contratado
- Sistemas de financiamiento.
- Cómodas cuotas mensuales.
- Mantenimiento a perpetuidad.
- Vigilancia las 24 horas del día.

Servicio premium:

- Bóveda para cuerpo entero (Propiedades horizontales, e individuales).
- Apertura y cierre del espacio
- Preparacion del difunto.
- Asesoramiento para tramites pertinentes.
- Ceremonia de cuerpo presente.
- ✓ Lápida de mármol con su respectivo grabado.
- ✓ Sistemas de financiamiento.
- ✓ Mantenimiento a perpetuidad.
- ✓ Vigilancia las 24 horas del día.

Servicio especial 1:

- Lote con capacidad para dos personas (Propiedad Subterránea)
- Preparacion del difunto.
- Asesoramiento para tramites pertinentes.
- Lápida de mármol con su respectiva leyenda.
- Apertura y cierre del espacio.
- Ceremonia de cuerpo presente, al mes y al año de fallecido.
- Sistemas de financiamiento.
- Cómodas cuotas mensuales.
- Mantenimiento a perpetuidad.
- Vigilancia las 24 horas del día.

Servicio especial 2:

- Lote con capacidad de 5 espacios, 2 cuerpos enteros y 3 reducciones (Propiedad Subterránea).
- Preparacion del difunto.
- Asesoramiento para tramites pertinentes.
- Lápida de mármol con su respectiva leyenda.
- Apertura y cierre del espacio.
- Ceremonia de cuerpo presente, al mes y al año de fallecido.
- Sistemas de financiamiento.
- Cómodas cuotas mensuales.
- Mantenimiento a perpetuidad.
- Vigilancia las 24 horas del día.

Propiedades memoriales para el servicio de inhumación que ofrecerá nuestro Camposanto.

Figura 1. Ejemplo de propiedades en altura.



Elaborado por: Autora

Figura 2. Ejemplo de propiedades subterráneas.



Elaborado por: Autora

4.1.3.3. Objetivo del servicio.

Nuestro objetivo es facilitar todas las actividades que se realizan en un acontecimiento de esta naturaleza, en aquellos momentos lo que menos se dispone es tiempo por ello en nuestros servicios se incluyen de forma completa.

Dando un servicio de calidad a los familiares en los momentos más difíciles cuando atraviesan por la pérdida de un ser querido.

Los servicios que ofrece el Camposanto tienen diferentes beneficios dependiendo del precio al que desee acceder el cliente, bajo el concepto de que el cliente paga el precio acordado y tiene una solución integral que no requiere de inversiones adicionales en lo posterior, salvo cualquier beneficio suplementario que quiera contratar. De acuerdo a la información recopilada de las preferencias y necesidades de los potenciales clientes, se procede a realizar una descripción de los productos que se puede ofrecer, de esta manera daremos solución al problema que enfrenta dicho cantón.

4.1.4. Descripción del nombre de la empresa.

La razón social que tendrá la Empresa será: **“Jardines de Mocache”**.

4.1.4.1. Logotipo.

El logotipo que identificará a la empresa es el siguiente:

Figura 3. Logotipo Camposanto



Elaborado por: Autora

4.1.4.2. Slogan.

El Slogan da a conocer el principal atributo del servicio que ofrece el Camposanto: **“Un Lugar para siempre”**

4.1.5. Determinación de misión y visión de la empresa.

4.1.5.1. Misión.

“Camposanto Jardines de Mocache” tiene como misión primordial ofrecer servicios de inhumación en propiedades memoriales que permita brindar una asistencia de calidad y calidez en los momentos más difíciles por la pérdida de un ser querido, hacia todas las personas que están pasando por un momento de dolor con el fin de proporcionar un ambiente de tranquilidad y paz.

4.1.5.2. Visión.

La visión para el Camposanto Jardines de Mocache, es llegar a posicionarse hasta el 2018 en la mente de los usuarios como una empresa líder en el mercado local, ofreciendo servicios de calidad, que permitan que todas las personas se sientan cómodas y respetadas en su momento de dolor.

4.1.6. Segmentación del mercado.

Los mercados se forman con compradores para ello es de vital importancia realizar una minuciosa segmentación de mercado, para intentar llegar a ellos de manera más eficiente con bienes y servicios que se ajustan mejor a sus necesidades.

4.1.6.1. Segmentación geográfica.

Nuestro Servicio estará dirigido a los habitantes del cantón Mocache, así como también a los habitantes de sectores aledaños que deseen adquirir una Propiedad en nuestro Camposanto privado.

4.1.6.2. Segmentación demográfica.

El Servicio que brindaremos será elaborado para todas las personas ya que se lo utiliza con mucha frecuencia y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas

más conocidas están: la edad, sexo, el ingreso, tamaño de familia, ciclo de vida familiar, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad.

4.1.6.3. Segmentación Psicográfica.

Nuestro servicio ofrecerá diferentes opciones y alternativas para familias relativamente pequeñas y también numerosas, con la finalidad de lograr una buena acogida con el cliente y así lograr el desarrollo del negocio.

4.1.6.4. Investigación del estudio de mercado.

El 65% de la Población Económicamente Activa del área urbana y rural del cantón Mocache, hombres y mujeres, optarían por la utilización del Camposanto Privado, y los servicios propuestos.

4.1.7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A NUESTROS POSIBLES CLIENTES.

Pregunta 1.

¿Cuántas personas integran su familia?

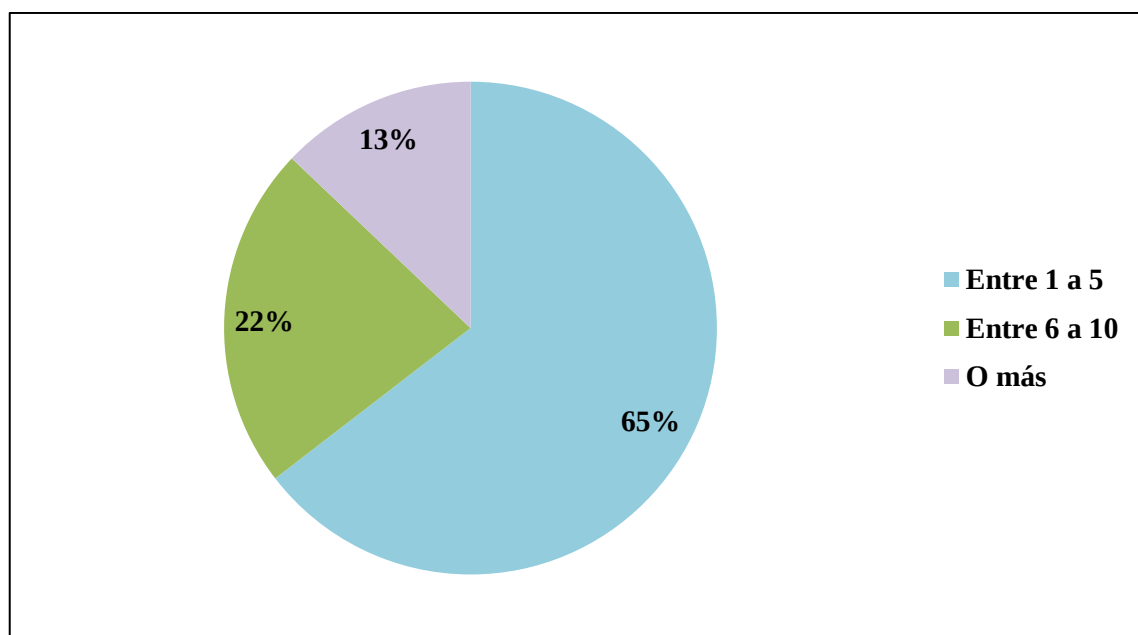
Tabla 2. Cantidad de personas que integran las familias.

Categoría	Respuesta	Porcentaje
De 1 a 5	255	65%
De 6 a 10	89	22%
Más de 10	51	13%
Total	395	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Figura 4. Cantidad de personas que integran las familias.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Análisis:

Como podemos observar el 65% de las familias del cantón Mocache, tienen de 1 a 5 miembros, el 22% se encuentran integradas de 6 a 10 miembros, y el 13% por más de 10 personas.

Pregunta 2:

¿Cuál es su apreciación con respecto a la situación actual en la que se encuentra el cementerio general del cantón Mocache?

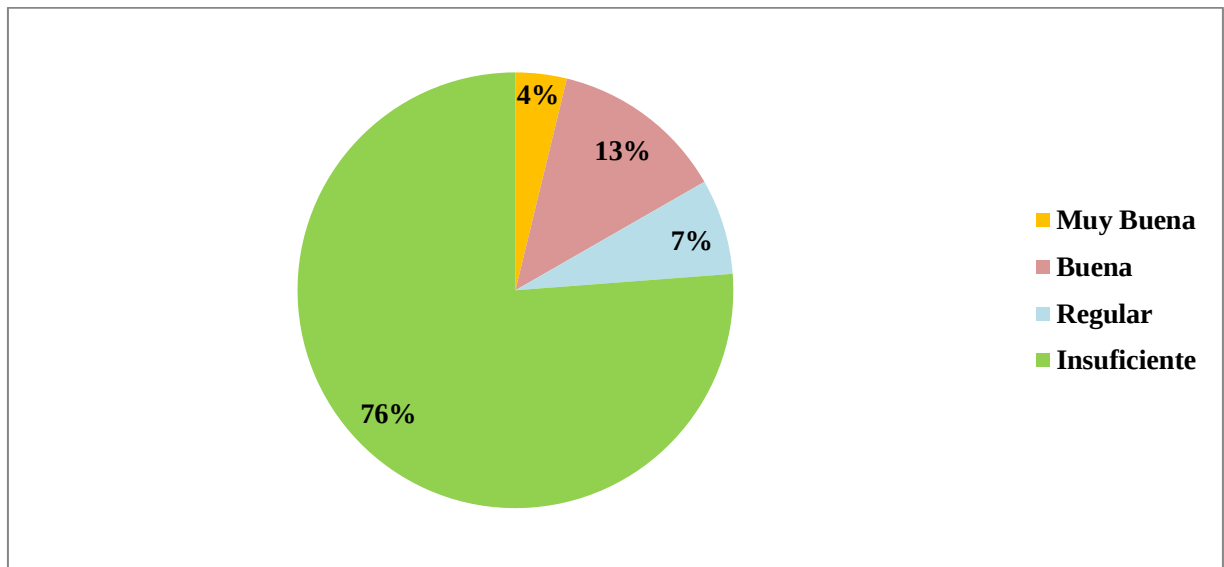
Tabla 3. Situación actual del cementerio general.

Categoría	Respuesta	Porcentaje
Muy Buena	15	4%
Buena	51	13%
Regular	28	7%
Insuficiente	301	76%
Total	395	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Figura 5. Situación actual del cementerio general.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Análisis:

De acuerdo con la pregunta 2 aplicada a la muestra de potenciales clientes, se pudo establecer que el 76% de los habitantes del cantón Mocache consideran que la situación actual del cementerio general es insuficiente, el 13% consideran que es buena, el 7% consideran que es Regular y el 4% consideran que es buena.

Pregunta 3:

¿Cree usted que el Servicio que brinda actualmente el cementerio del cantón Mocache cubre las necesidades de la población?

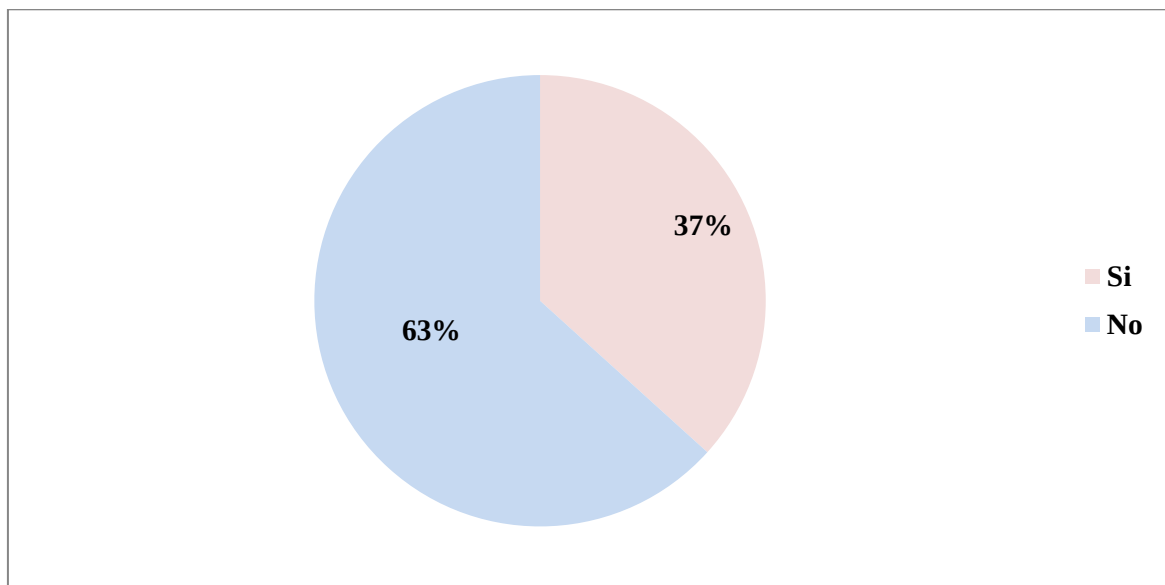
Tabla 4. El Cementerio del cantón Mocache cubre las necesidades de la población.

Categoría	Respuesta	Porcentaje
Si	145	37%
No	250	63%
Total	395	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Figura 6. El Cementerio del cantón Mocache cubre las necesidades de la población.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Análisis:

Las respuestas obtenidas de acuerdo a la pregunta 3 de la encuesta aplicada, determinó que el 63% de la población del cantón Mocache consideran que el cementerio general no cubre las necesidades de la población; mientras que el 37% consideran que sí.

Pregunta 4:

¿Considera usted que es de mucha importancia la implementación de un nuevo cementerio en el cantón Mocache?

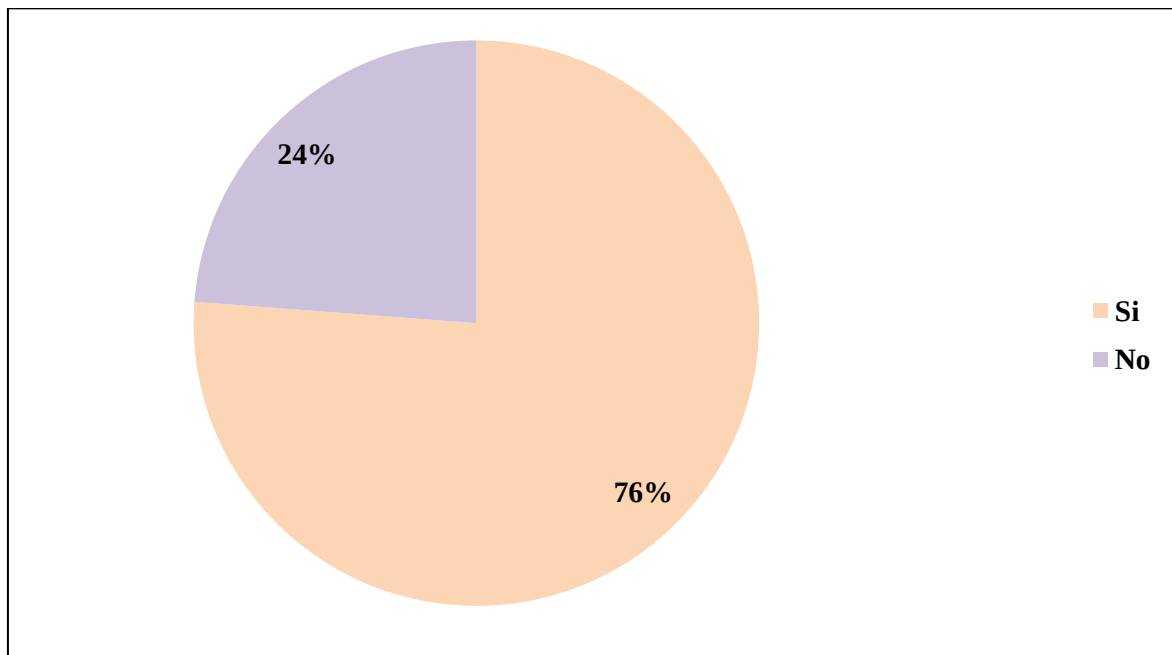
Tabla 5. ¿Considera usted necesaria la implementación de un nuevo cementerio en el Cantón Mocache?.

Categoría	Respuesta	Porcentaje
Si	301	76%
No	94	24%
Total	395	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Figura 7. Es necesaria la implementación de un nuevo cementerio en el cantón Mocache.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Análisis:

Como podemos observar de acuerdo a la pregunta 4 de la encuesta el 76% de los habitantes del cantón Mocache consideran que es de mucha importancia la implementación de un nuevo Camposanto, mientras que el 24% consideran que no.

Pregunta 5:

¿Si se implementa un Camposanto privado en el cantón Mocache con ambiente de Jardines y Áreas Verdes, estaría dispuesto a adquirir una propiedad?

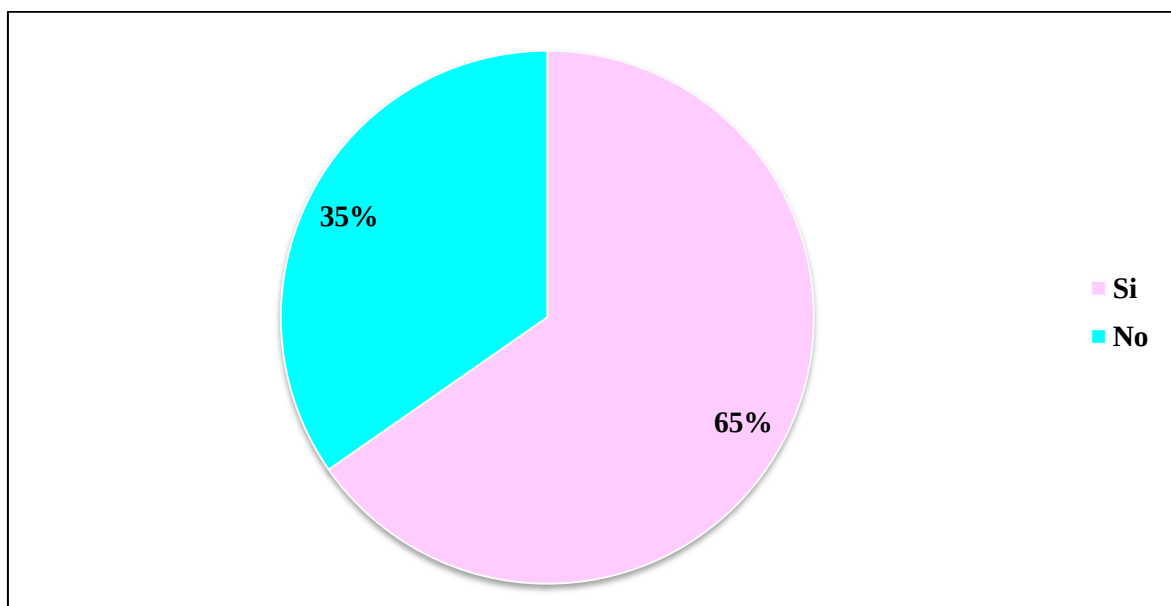
Tabla 6. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir una propiedad en un Camposanto privado con ambiente de jardines y áreas verdes?

Categoría	Respuesta	Porcentaje
Si	258	65%
No	137	35%
Total	395	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Figura 8. Estaría dispuesto a adquirir una propiedad en un Camposanto privado con ambiente de jardines y áreas verdes.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Análisis:

Las respuestas obtenidas de acuerdo a la pregunta 5 de la encuesta, permite observar que el 65% de la población del cantón Mocache estarían dispuestos a adquirir una propiedad en un Camposanto privado y el 35% no estaría de acuerdo.

Pregunta 6:

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una propiedad en un cementerio privado?

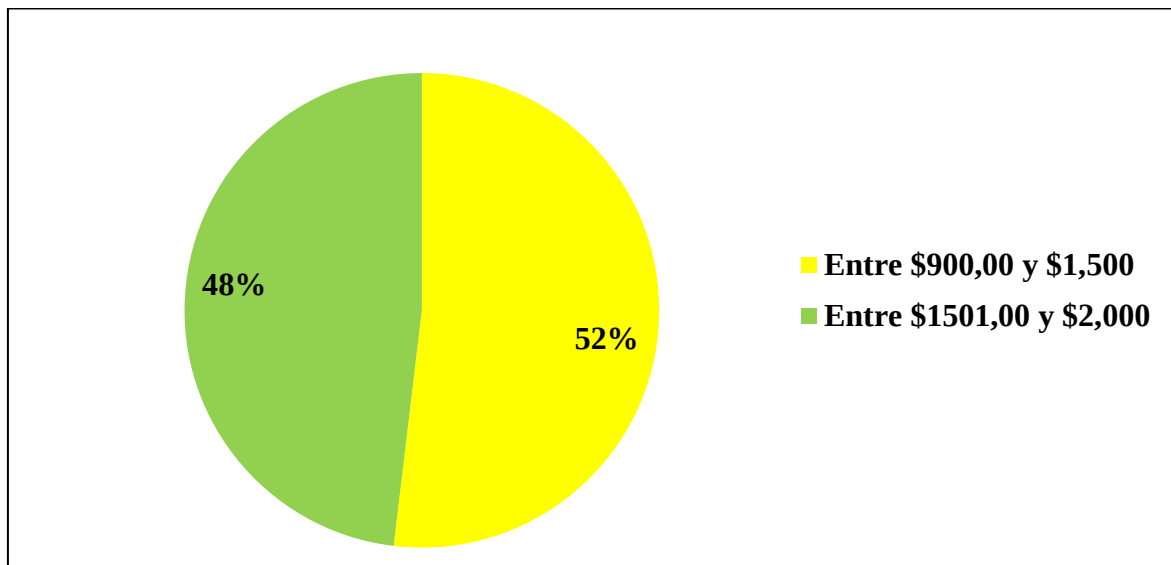
Tabla 7. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una propiedad en un cementerio privado.

Categoría	Respuesta	Porcentaje
Entre \$900,00 y \$1,500	205	52%
Entre \$1.501,00 y \$2,000	190	48%
Total	395	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Figura 9. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una propiedad en un cementerio privado.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada en la pregunta 6 se pudo establecer que un 52% de los habitantes del cantón estarían dispuestos a adquirir una propiedad en un Camposanto privado por valores entre \$900,00 a \$1.500,00 y el 48% entre \$1.501,00 a \$2.000,00.

Pregunta 7:

Si usted sufriera la pérdida de un ser querido, ¿En cuál de los siguientes sitios desearía que se realice su cristiana sepultura?

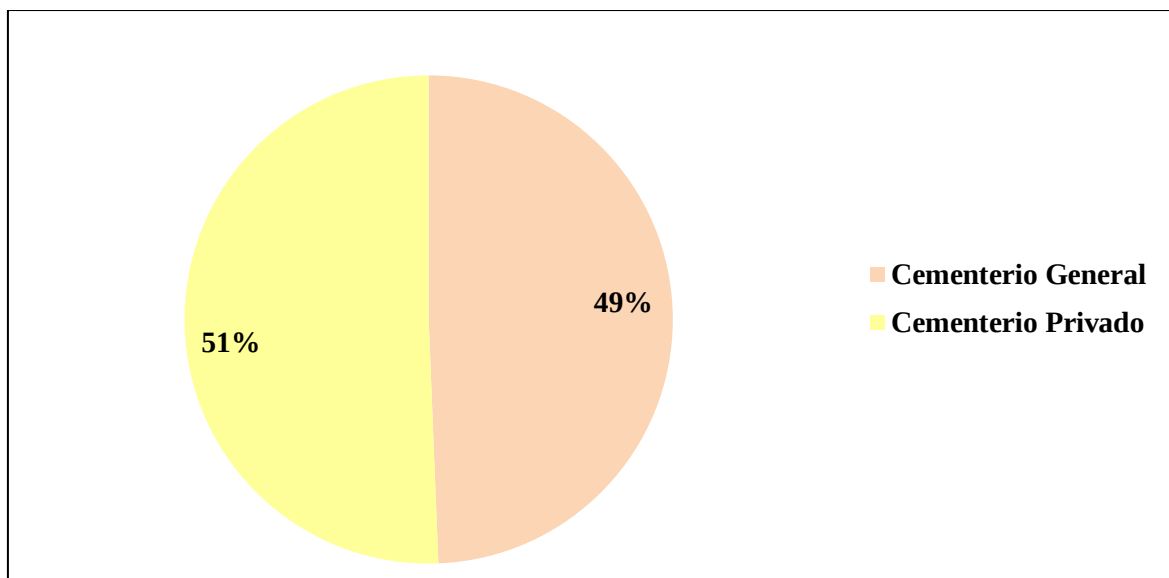
Tabla 8. Sitio en el que desearía que se realice la sepultura de un ser querido.

Categoría	Respuesta	Porcentaje
Cementerio General	195	49%
Cementerio Privado	200	51%
Total	395	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Figura 10. Sitio en el que desearía que se realice la sepultura de un ser querido.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Análisis:

Las respuestas obtenidas de acuerdo a la pregunta 7 de la encuesta aplicada, se pudo observar que el 51% de la población del cantón Mocache desearían que la sepultura de sus familiares sea en un cementerio privado; mientras que el 49% optarían por el cementerio general.

Pregunta 8:

¿Por cuál de los siguientes aspectos seleccionó el sitio que mencionó en la pregunta anterior?

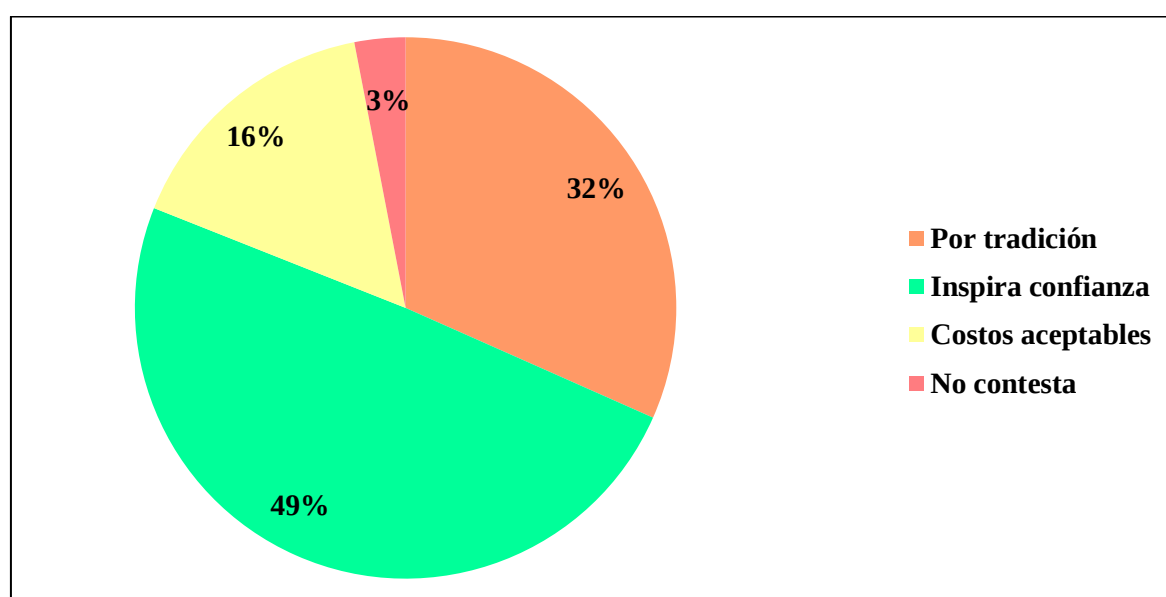
Tabla 9. Motivos por los que seleccionó el sitio mencionado en la pregunta anterior.

Categoría	Respuesta	Porcentaje
Por tradición	125	32%
Inspira confianza	195	49%
Costos aceptables	63	16%
No contesta	12	3%
Total	395	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Figura 11. Motivos por los que seleccionó el sitio mencionado en la pregunta anterior.



Fuente: Investigación.

Elaborado: Autora.

Análisis:

En las respuestas obtenidas de acuerdo a la pregunta 8, se determinó que el 49% de la población del cantón Mocache indican que seleccionaron el sitio mencionado en la pregunta anterior porque les inspira confianza, el 32% por tradición, el 16% por costos aceptables, mientras que el 3% prefirió no contestar.

Pregunta 9:

¿Considera usted que la creación de un Camposanto privado sería una fuente de trabajo para el cantón?

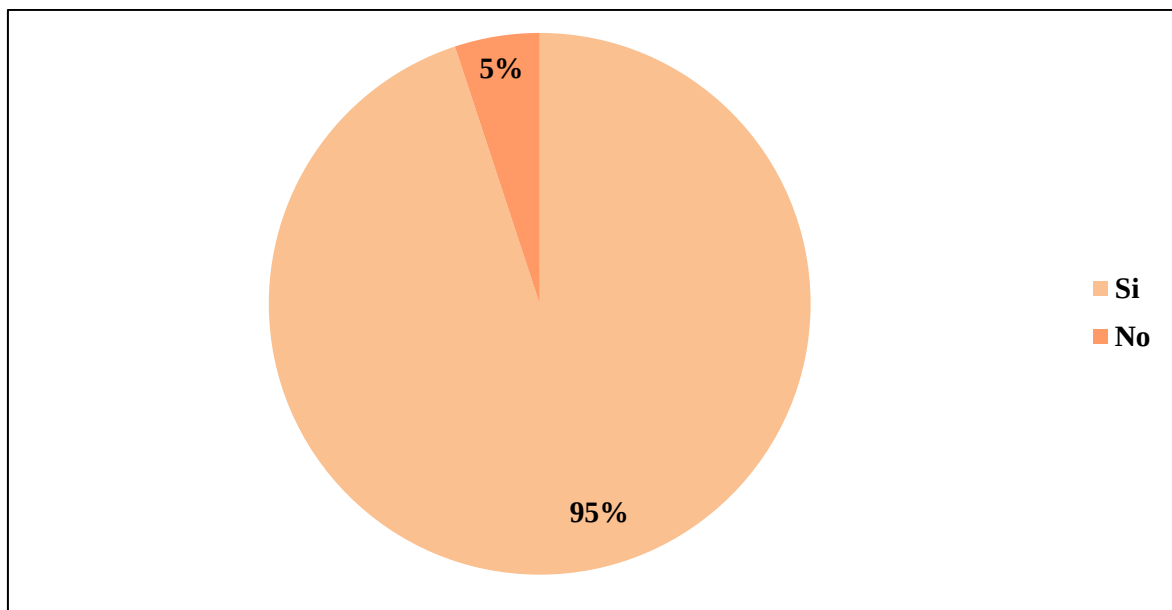
Tabla 10. La creación de un Camposanto privado sería una fuente de trabajo.

Categoría	Respuesta	Porcentaje
Si	375	95%
No	20	5%
Total	395	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Figura 12. La creación de un Camposanto privado sería una fuente de trabajo.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada el 95% de los habitantes del cantón Mocache consideran que la creación de un Camposanto privado sería una fuente de trabajo, mientras que el 5% respondieron que no.

Pregunta 10:

¿Al tener un familiar sepultado en el Cementerio general de Mocache tendría usted interés en trasladarlo a un Camposanto privado?

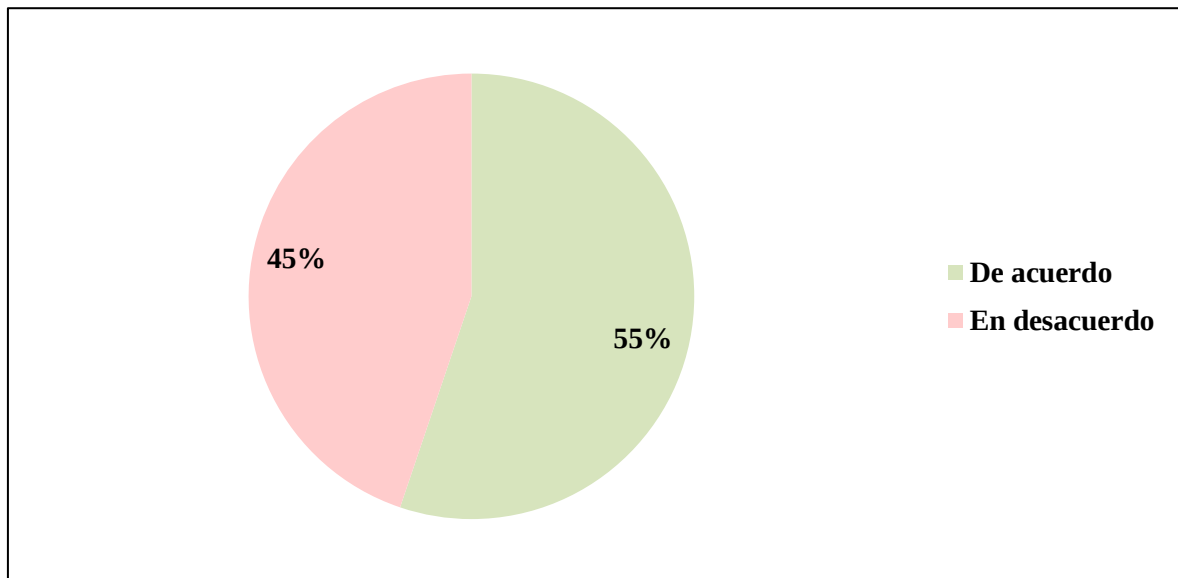
Tabla 11. Tendría el interés de trasladar un familiar que se encuentre sepultado de un cementerio tradicional a un cementerio privado.

Categoría	Respuesta	Porcentaje
De acuerdo	218	55%
En desacuerdo	177	45%
Total	395	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Figura 13. Tendría el interés de trasladar un familiar de un cementerio tradicional a un cementerio privado.



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Análisis:

En las respuestas obtenidas de acuerdo a la pregunta 10, pudimos observar que el 55% de la población del cantón Mocache indican que estarían de acuerdo en trasladar los restos de su familiar del cementerio municipal a un cementerio privado mientras que el 45% estaría en desacuerdo.

Pregunta 11:

¿Estaría de acuerdo usted con que el Camposanto tenga el nombre de “JARDINES DE MOCACHE”?

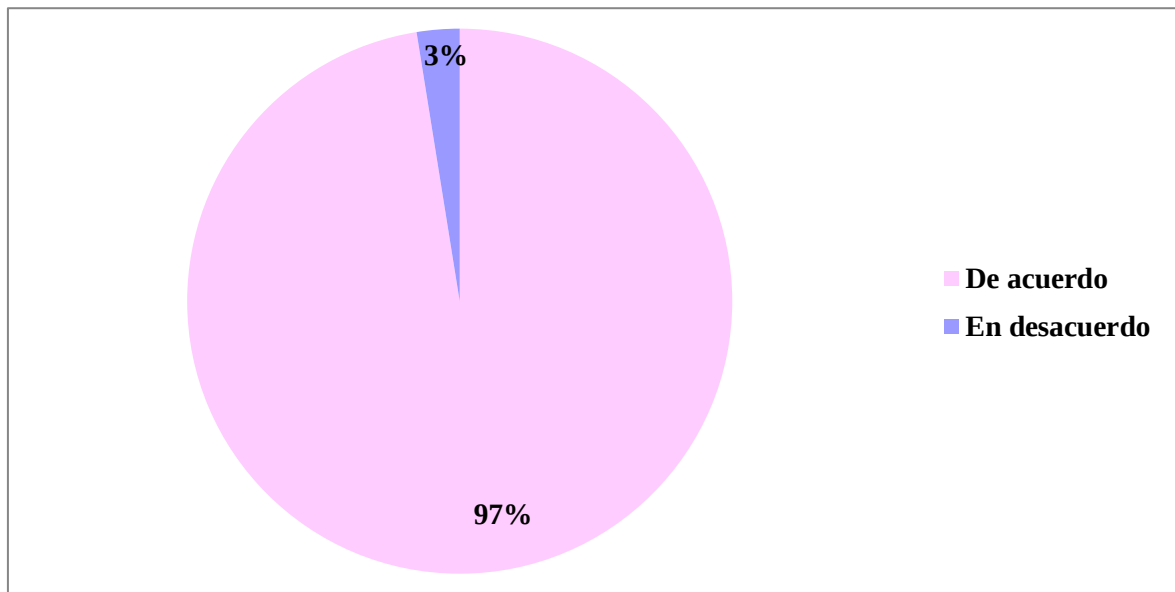
Tabla 12. Estaría de acuerdo que el Camposanto tenga el nombre de “JARDINES DE MOCACHE”

Categoría	Respuesta	Porcentaje
De acuerdo	385	97%
En desacuerdo	10	3%
Total	395	100%

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Figura 14. Estaría de acuerdo que el Camposanto tenga el nombre de “Jardines de Mocache”



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada el 97% de los habitantes del cantón Mocache estarían de acuerdo que el Camposanto tenga el nombre de “Jardines de Mocache” y el 3% no estarían de acuerdo.

4.1.8. Análisis de precios.

Tomando en consideración que el 52% del mercado objetivo estaría dispuesto a pagar \$900,00 a \$1.500,00 y el 48% estaría dispuesto a pagar \$1.501,00 a \$2.000,00 es factible mantener este precio, aunque se mantiene la posibilidad de crear precios diferentes lo que permitiría captar mayor proporción del mercado, dependiendo de las necesidades y expectativas de cada cliente.

De manera que queda establecido cuatro tipos de precios de acuerdo a las categorías y tipos de servicios que se ofrece al mercado en general, siendo éstos los siguientes:

Los Paquetes de servicios a ofrecer varían de acuerdo a las necesidades, requerimientos y gustos de los habitantes a través de la investigación se determinó que el precio de cada uno de los servicios de inhumación varían de \$874,00 a \$2.236,00 respectivamente, lo que se pretende es infundir una cultura de aceptación de este tipo de servicios, sin afectar la economía de los usuarios, que no están dispuestos bajo ninguna circunstancia a pagar precios mayores a los establecidos por el mercado.

Tabla 13. Detalle de costos y precios de venta de planes de servicios de inhumacion en propiedades memoriales.

DETALLE	COSTOS	P.V.P.
Servicio Básico	760,00	874,00
Servicio Premium	1.115,00	1.338,00
Servicio Especial 1	1.420,00	1.775,00
Servicio Especial 2	1.720,00	2.236,00

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

4.1.8.1. Estrategias de mercadeo.

Nuestra principal estrategia es posicionarnos en la mente de los posibles clientes con la opción para descanso propio o el de sus seres queridos, para ello es importante manejar canales de comunicación amable y agradable para el público objetivo, mediante una campaña ligera que se quede en la mente de los clientes sin que se sienta obligado por la novedad a adquirir los servicios con el Camposanto.

4.1.8.2. Publicidad impresa.

Ubicaremos una valla publicitaria cerca del Camposanto presentando un anuncio a nuestros posibles clientes sobre la construcción del Camposanto, con la finalidad de captar la atención de las personas al momento de transitar cerca del lugar.

También manejaremos la publicidad por medio de reportajes en los periódicos de mayor circulación en el cantón y sectores cercanos, la distribución de hojas volantes, dípticos, trípticos en donde no solamente se ofrezca el servicio, sino también se llegue a la población con mensajes de paz y resignación en cuanto a la muerte de un ser querido y de esta manera hacerles entrar en conciencia lo importante que es estar prevenido ante un momento inevitable con la finalidad de hacerles conocer a nuestros posibles clientes el servicio que brindaremos.

4.1.8.3. Canales de comercialización.

La comercialización de los servicios que ofrecerá el Camposanto en el cantón Mocache se lo hará mediante las visitas efectuadas por el personal de ventas a los distintos lugares.

Especialmente a aquellos donde exista mayor afluencia de personas, tales como: colegios, empresas, comisariatos, iglesias, entre otros; con la finalidad de facilitar la transferencia del servicio a los clientes las tarifas que se proponen en general son convenientes, las mismas que han sido fijadas previo un análisis de las ofertas existentes en el mercado y los servicios adicionales que ofrece el Camposanto.

4.2. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

4.2.1. Tamaño del proyecto

Dadas las características que presenta el cantón Mocache, y al existir disponibilidad de suelo para implementar el Camposanto se ha previsto desarrollar el proyecto con un área total de 20.000,00 m²

4.2.2. Localización del camposanto.

Debido a que el terreno ubicado en el km 2 ½ vía a Palenque es de herencia familiar, se ha determinado este sector como óptimo para la implantación del proyecto, por lo que no se requiere el análisis de otras zonas, debido a que por la factibilidad de poseer un terreno con

excelentes condiciones topográficas, éste se convierte en el lugar idóneo para su implantación.

4.2.2.1. Macro-localización.

Es importante recalcar que el Camposanto contará con los requerimientos solicitados por el Ministerio de Salud Pública y la Municipalidad del cantón Mocache, por lo tanto la ubicación del Camposanto será en la vía a Palenque km 2 ½, Es de fácil acceso para llegar al Camposanto ya que cuenta con varias líneas de transporte público que facilitan su llegada.

Figura 15. Mapa del Cantón Mocache



Fuente: www.mocache.com

4.2.2.2. Micro-localización.

Por las características de la zona y su entorno físico que está relacionado con la construcción del Camposanto para aprovechar su ubicación geográfica, es importante presentar una de las alternativas para este proyecto factibilidad del Camposanto que se ubicará en el área urbana del cantón Mocache, lo que permitirá prestar servicios acorde a los requerimientos de la población.

4.2.3. Análisis arquitectónico.

4.2.3.1. Área de nichos para restos.

Para esto se contará con un área de 3.100,83 metros cuadrados, se agrupan en edificios de acuerdo a seis niveles y su ubicación dentro de cada sector se hace persiguiendo siempre que su integración en el entorno sea lo menos traumática posible. Los nichos son

edificaciones con espacios adecuados para dar cabida a la sepultura de los restos de un cadáver, con dimensiones aproximadas de 0.35 mts de alto, por 0.35 mts de ancho y 0.90 mts de largo.

Los Nichos están contruidos en hormigón y serán sellados después de la inhumación herméticamente; con un sistema de drenaje mediante una arqueta la que se vierten los líquidos lixiviados en un contenido de sepiolita u otros derivados de cal.

Existe además un sistema de expansión de los gases mediante una cámara de aire en la parte trasera de los nichos o unos conductos en la cubierta de las tumbas en cuyas salidas se colocan filtros de carbón activado, que los hacen inofensivos.

4.2.3.2. Bóvedas Individuales.

Los Bóvedas son edificaciones con espacios adecuados para dar cabida a la sepultura de un cadáver, los cuales se agrupan en edificios de acuerdo a seis niveles con dimensiones aproximadas de 0.70 mts de alto, por 0.90 mts de ancho y 2.20 mts de largo.

Para esto se contará con un área de 5.250,50 metros cuadrados, y su ubicación dentro de cada sector se hace persiguiendo siempre que su integración en el entorno sea lo menos traumática posible.

El mismo que contara con un sistema de expansión de los gases igual que los nichos para restos.

4.2.3.3. Lotes de dos cuerpos.

Se cuenta con un terreno con una extensión de 4.258,85 metros cuadrados, es una superficie plana, por lo que no se requiere tratamiento previo para la nivelación del terreno.

Los lotes de dos cuerpos son espacios de sepultura en tierra es decir propiedades subterráneas, que tienen un área de 0.90 metros de ancho, 0.70 metros de profundidad y 2.20 metros de largo, contemplando para esto 10cm de espacio entre cada fosa.

La diferencia entre las propiedades en alturas y las subterráneas es que para hacer uso de una propiedad subterráneas debe ser con anticipación ya que se debe preparar el terreno para dicha sepultura y las propiedades en alturas están siempre listas para ser usadas.

4.2.3.4. Lotes de dos cuerpos y 3 reducciones.

Se cuenta con un terreno con una extensión de 4.350,65 metros cuadrados, es una superficie plana, por lo que no se requiere tratamiento previo para la nivelación del terreno.

Los lotes de dos cuerpos y 3 reducciones son espacios de sepultura en tierra es decir propiedades subterráneas, que tienen un área para bóvedas de 0.90 metros de ancho, 0.70 metros de profundidad y 2.20 metros de largo, contemplando para esto 10cm de espacio entre cada fosa y para las reducciones con dimensiones aproximadas de 0.35 mts de profundidad, por 0.35 mts de ancho y 0.90 mts de largo.

La diferencia entre las propiedades en alturas y las subterráneas es que para hacer uso de una propiedad subterráneas debe ser con anticipación ya que se debe preparar el terreno para dicha sepultura y las propiedades en alturas están siempre listas para ser usadas.

4.2.3.5. Área de estacionamientos.

Sabiendo que uno de los principales problemas es el servicio de estacionamiento en funerarias y cementerios, el Camposanto destina un área de 1.154,25 metros cuadrados para disposición de estacionamiento, contando con alrededor de 50 espacios de parqueo.

4.2.3.6. Edificio administrativo.

Este edificio está dispuesto para la atención al cliente, oficina de cobranza así como para la firma de contratos e información en general, para esto se dispone de un área de 670,62 metros cuadrados, el edificio tendrá todos los servicios básicos necesarios para el adecuado trabajo del personal.

4.2.3.7. Áreas verdes y caminería.

Como es propio de un Camposanto se pretende tener jardines que hagan de este un espacio lleno de paz y tranquilidad, el que ayuda a mantener la paz entre los difuntos, para esto se cuenta con un área de 1.214,30 metros cuadrados, el cual dará el toque de paz que requiere un Camposanto.

4.2.4. Ingeniería del Proyecto

- Equipos.

Tabla 14. Características de los equipos.

Nº	Detalle	Características	Cantidad
1	Split	LG: · 10.000 BTU · Filtro full HD · Antibacterial	1
2	Computadora	HP: · Procesador Intel CORE i3 · Memoria RAM de 6GB. · Disco duro de 1.000 GB.	2
3	Teléfono	Sonic: · Inalámbrico · Identificador de llamadas · Pantalla iluminada · Frecuencia 1,9 GHZ	1
4	Impresora	Canon MG – 2220: · Impresiones y Copias · Alta calidad en las fotografías · Escáner.	1
5	Celular	Samsung	2

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

- Muebles.

Tabla 15. Características de los muebles requeridos en el proyecto.

Nº	Concepto	Características	Cantidad
1	Escritorio	Madera:	3
		2 cajones	
		Largo 1.20 x 0.80 cm Ancho, altura 0.75 cm.	
2	Sillas Ejecutivas	Giratoria	2
3	Sillas	Plásticas S/B	100

4	Archivador	Aéreo: MDF	1
5	Sillas de atención al cliente	Plásticas	4
6	Mesa de Información	Madera	1
7	Atril para las ceremonias	Madera	1

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

- Herramientas

Tabla 16. Características de las herramientas requeridas en el proyecto.

Nº	Concepto	Características	Cantidad
1	Cortadora de césped	Poulan Pro 22 190CC Autopropul	1
2	Carpa	2,40 * 2,40	1
3	Pala	Acero	2
4	Carretillas	Acero	2
5	Barras	Acero	2
6	Picos	Acero	2
7	Poleas	Para bajar ataúd	2
8	Tijera de jardinería	Acero	2
9	Rastrillos	Acero	1

Fuente: Investigación.

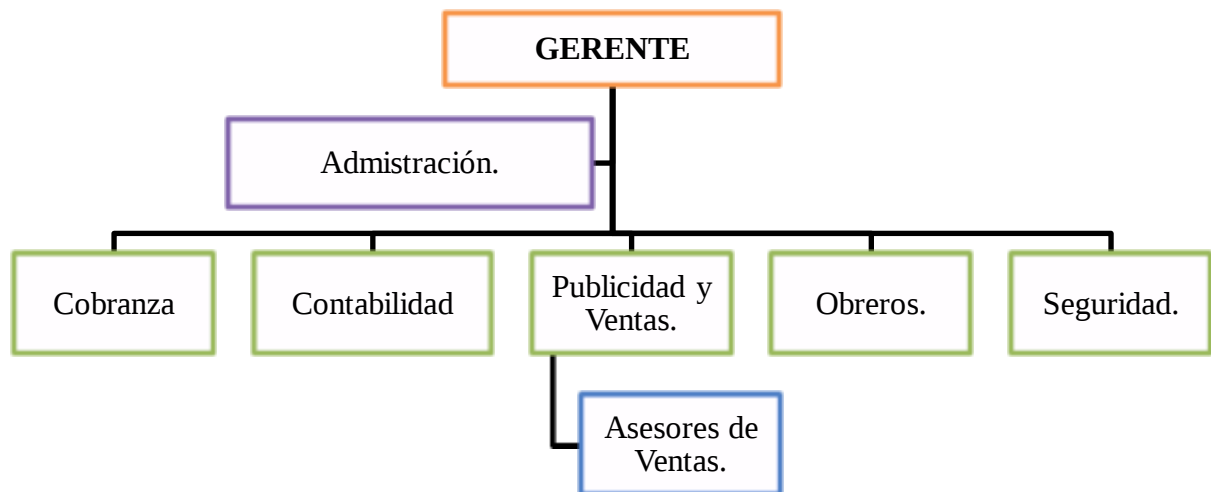
Elaborado por: Autora.

4.2.5. Estructura organizacional

La estructura organizacional de la empresa se llevará a cabo en tareas divididas, agrupadas, coordinadas, la cual nos permitirá la asignación de responsabilidades de la diferentes funciones y procesos a las personas que colaboran y contribuyen a lograr los objetivos propuestos.

Se presenta el siguiente organigrama con el fin de mostrar la estructura organizativa del Camposanto “JARDINES DE MOCACHE”

Figura 16. Estructura Organizacional del Camposanto “Jardines de Mocache”



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

4.2.5.1. Descripción general de cada área

Gerente:

- Encargado de gestionar, dirigir y coordinar con la finalidad de que cumplan con los objetivos de la organización.
- Establecer y poner en práctica las leyes y reglamentos y políticas que direccionarán la empresa.
- Dictar normas internas que guíen el trabajo de la empresa.

Administración:

- Cumplir las metas que le sean asignadas y los compromisos que ellas conlleven, conforme a la naturaleza del cargo.

- Organizar al personal de la empresa para el buen funcionamiento de la misma.
- Controlar, programar, coordinar y supervisar las actividades de cada empleado.
- Entregar informe mensual al gerente del movimiento de la empresa.
- Velar por el buen funcionamiento de las áreas tecnológicas, financieras, humanas y equipos de la institución.
- Cumplir y hacer cumplir a los colaboradores, las leyes y reglamentos y políticas emitidas por el gerente.

Cobranza:

- Custodiar los documentos que corresponden al departamento.
- Hacer las respectivas verificaciones de direcciones de domicilios para el otorgamiento de créditos a los clientes.
- Coordinar, supervisar y proponer estrategias para la recuperación de cuentas por cobrar.
- Controlar que los clientes estén al día con sus pagos de lo contrario hacer las respectivas llamadas telefónicas a casa uno de ellos.
- Elaborar informes mensuales dirigidos a la Gerencia sobre el comportamiento de los clientes en sus pagos.
- Llevar un control documental y electrónico de los clientes acreditados y concesionarios.

Contabilidad:

- Presentar informes mensuales de las ventas y gastos en los que ha incurrido la empresa.
- Mantener al día las declaraciones y pagos de impuestos, y el pago de aportaciones al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Llevar el control de los contratos del personal.
- Realizar los pagos mensuales a los colaboradores de la empresa.
- Preparar y elaborar balances y estados financieros de la empresa al final de cada mes.

Publicidad y ventas:

- Entregar información publicitaria del Camposanto a quien lo requiera.
- Establecer estrategias de publicidad con el objetivo de generar ventas para la empresa.
- Captar el mayor número de clientes posibles.
- Dar a conocer el servicio que el Camposanto ofrece.

Asesores de Ventas:

- Mantener una relación adecuada con cada cliente.
- Informar al cliente de todos los beneficios en relación al uso de las instalaciones como parqueaderos etc.
- Coordinar todo evento relacionado con el cliente, con la finalidad de satisfacer cada necesidad que se presenta.
- Se claros con los clientes en cuanto a precios, promociones y de la propiedad que está adquiriendo al momento de la venta del servicio.
- Cumplir con todos los requerimiento de los clientes.

Obreros:

- En el caso de nichos y bóvedas individuales, encajar el féretro en el lugar asignado y posteriormente cubrirlo adecuadamente.
- En el caso lotes de dos y tres cuerpos, remover la tierra para la sepultura, realizar el descenso del cadáver, y cubrir el área utilizada.
- Dar mantenimiento al área de Jardinería.

Seguridad:

- Ejecutar el cuidado y protección de bienes muebles e inmuebles tanto de los clientes como de la empresa que se encuentren dentro del Camposanto.
- Protección a las personas que se encuentren en las instalaciones del Camposanto.
- Efectuar el resguardo correspondiente al momento del almacenamiento, recuento, clasificación y transporte de dinero, valores y objetos valiosos.
- Estar pendiente del debido funcionamiento de las alarmas.

4.2.6. Análisis de Género.

La empresa estará compuesta por 4 Mujeres y 4 hombres, los cuales serán ubicados para desempeñar las funciones de administración, atención al cliente, cobranzas, obrero, guardián.

Cada uno de ellos debe contar con un perfil de responsabilidad, creatividad e iniciativa, para desarrollar nuevas ideas y facilidad para tomar decisiones y a su vez comprometidos y dedicados a sus labores, siendo dinámicos con disposición de aportar con todo su potencial innovador frente a la atención al cliente.

4.2.7. Análisis Ambiental.

Para el diseño del cementerio tipo parque ecológico se deberá tomar esencial interés comprendiendo básicamente los siguientes puntos:

4.2.7.1. En el período de funcionamiento

Contaremos con servicio de agua potable, que será tomada de alguna fuente de agua y almacenada en cisternas y/o tanques elevados, o tanque hidroneumático para de ahí alimentar a los diferentes ambientes como: oficinas, servicios higiénicos, etc.

4.2.7.2. Energía eléctrica.

Se tomará de la red existente que pasa por la acera del frente del área del proyecto.

4.2.7.3. Evacuación de desagües.

Serán recolectados y dispuestos finalmente en la red pública de alcantarillado o en algún sistema de tratamiento y disposición final.

4.2.7.4. En cuanto a los residuos sólidos.

Estos provendrán en gran proporción del podado de césped, así como las flores marchitas de sepulturas, serán empleadas para la elaboración de abono orgánico o dispuestas en el relleno sanitario.

4.2.7.5. En cuanto al riego de las áreas verdes.

Se utilizarán las aguas que proporciona el río, ya que se debe evitar en gran magnitud el uso de agua potable en tanto sea posible.

4.2.7.6. En las sepulturas bajo tierra.

La sepultura será en su respectivo ataúd el cual irá dentro de cajones rectangulares de concreto, en el proceso de sepultura se mantendrá una zona apropiada que nos permitirá absorber y eliminar bacterias, virus.

4.2.7.7. En las sepulturas en altura.

En las bóvedas construidas en altura es decir encima del suelo, no se presentarán dificultades ya que no se tendrá contacto con el suelo.

4.3. ESTUDIO ECONÓMICO.

4.3.1. Inversión.

El valor de la inversión requerida para la implementación del Camposanto es de \$ 57.366,15 de los cuales \$40.000,00 se obtendrán por medio de un préstamo bancario los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 17. Detalle de inversión inicial.

	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
I. INVERSIÓN FIJA			30.367,45
1. Inversión Fija Tangible			28612,45
1.1 Infraestructura			26.360,20
Obras de infraestructura	18.785,70 m ²		23.500,00
Áreas Verdes - Caminaría	1.214,30 m ²		2.860,20
1.2 Muebles y Equipos de Oficina			2.521,04
Escritorio	3	190,00	570,00
Archivador		40,04	40,04
Sillas Ejecutivas	2	50,00	100,00
Sillas de atención al cliente	4	9,00	36,00
Split AS12TUBANXLA	1	500,00	500,00

Computadora	2	425,00	850,00
Teléfono	1	25,00	25,00
Impresora	1	295,00	295,00
Celular	2	25,00	50,00
Extintor	1	30,00	30,00
Botiquín	1	25,00	25,00
1.3 Materiales de Inhumación			712,01
Pala	2	15,00	30,00
Carretillas	2	123,00	246,00
Barras	2	36,00	72,00
Picos	2	20,00	40,00
Poleas para bajar ataúd	2	120,00	240,00
Tijera de Jardinería	2	24,00	48,00
Rastrillo	1	36,01	36,01
1.4 Muebles y Equipos del Camposanto			2.519,20
Cortadora césped Paulan Pro 22 190CC Autopropul	1	523,20	523,20
Sillas Plásticas	100	8,33	833,00
Carpa 2,40 * 2,40	1	850,00	850,00
Letrero de 2 Metros	1	150,00	150,00
Candados	2	9,00	18,00
Mesa de Información	1	85,00	85,00
Atril para las Ceremonias	1	60,00	60,00
2. Inversión Fija Intangible			1.755,00
2.1 Servicios Básicos			135,00
Internet		50,00	50,00
Luz		75,00	75,00
Llamadas		10,00	10,00
2.2 Gastos de Constitución			1.620,00
Constitución			1.220,00
Permiso de sanidad			150,00
Patente Municipal			200,00
Permiso de cuerpo de bomberos			50,00
Solicitud del RUC			
II. CAPITAL DE TRABAJO			23.298,20
Efectivo de operación			23.298,20
III. IMPREVISTOS (5%)			200,50
INVERSIÓN TOTAL			57.366,15

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Tabla 18. Resumen de inversión.

DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL
I. INVERSION FIJA	
1. Inversión Fija Tangible	32.112,45

Infraestructura	26.360,20
Muebles y equipos de oficina	2.521,04
Materiales de inhumación	712,01
Muebles y equipos del Camposanto	2.519,20
2. Inversión Fija Intangible	1.755,00
Servicios Básicos	135,00
Gastos de Constitución	1.620,00
II. CAPITAL DE TRABAJO	23.298,20
III. IMPREVISTOS	200,50
TOTAL	57.366.15

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.3.2. Depreciación de activos tangibles.

Se establece la vida legal de un activo desde el momento que se compra y se empieza a explotar, hasta en la que alcanza la depreciación total o el tiempo que se estima necesario para suplantarlo o deshacerse de él.

- ✓ Infraestructura: 10 años.
- ✓ Muebles y equipos de oficina: 8 Años.
- ✓ Materiales de Inhumación: 10 Años.
- ✓ Muebles y equipos del Camposanto: 10 Años

Tabla 19. Depreciación de activos tangibles.

Detalle	Vida útil (Años)	Valor	Depreciación									
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Infraestructura	10	22.860,20	2.286,02	2.286,02	2.286,02	2.286,02	2.286,02	2.286,02	2.286,02	2.286,02	2.286,02	2.286,02
Muebles y equipos de oficina	8	2.521,04	315,13	315,13	315,13	315,13	315,13	315,13	315,13	315,13		
Materiales de inhumación	10	712,01	71,2	71,2	71,2	71,2	71,2	71,2	71,2	71,2	71,2	71,21
Muebles y equipos del Camposanto	10	2.519,2	251,92	251,92	251,92	251,92	251,92	251,92	251,92	251,92	251,92	251,92
Depreciación del Periodo			2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.609,14	2.609,15

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.3.3. Activos intangibles.

Son un conjunto de gastos que se deben asumir de forma obligatoria para crear una empresa, debido a que corresponde a los gastos efectuados con el fin de que la empresa pueda iniciar sus actividades comerciales, este será registrado únicamente por el primer año.

Tabla 20. Activos intangibles

Descripción	Valor Total.
Gastos de Constitución	1.220,00
Permiso de sanidad	150,00
Patente Municipal	200,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	50,00
Total	1.620,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.3.4. Financiamiento.

El Valor a financiar es de **\$57.366,15** de los cuáles el 30% son financiados con recursos propios, mientras que el restante 70% será financiado mediante crédito al BNF 5 años, con una tasa de interés del 11.20% anual.

Tabla 21. Financiamiento del proyecto.

FINANCIMIENTO		
DETALLE	VALOR	%
Fondos Propios	17.366,15	30%
Crédito Bancario BNF	40.000,00	70%
TOTAL	57.366,15	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.3.5. Tabla de amortización.

El Crédito será con un plazo de 5 años, con una tasa de interés del 11.20% anual.

Tabla 22. Tabla de amortización.

N°	Préstamo	Cuotas	Intereses	Capital	Saldo
1	\$ 40.000,00	\$ 6849,12	\$ 4.480,00	\$ 2.369,12	\$ 37.630,88
2	\$ 37.630,88	\$ 6849,12	\$ 4.214,66	\$ 2.634,46	\$34.996,42
3	\$ 34.996,42	\$ 6849,12	\$ 3.919,60	\$ 2.929,52	\$ 32.066,90
4	\$ 32.066,90	\$ 6849,12	\$ 3.591,49	\$ 3.257,63	\$ 28.809,28
5	\$ 28.809,28	\$ 6849,12	\$ 3.226,64	\$ 3.622,48	\$ 25.186,80
6	\$ 25.186,80	\$ 6849,12	\$ 2.820,92	\$ 4.028,20	\$ 21.158,60
7	\$ 21.158,60	\$ 6849,12	\$ 2.369,76	\$ 4.479,36	\$ 16.679,24
8	\$ 16.679,24	\$ 6849,12	\$ 1.868,08	\$ 4.981,04	\$ 11.698,20
9	\$ 11.698,20	\$ 6849,12	\$ 1.310,20	\$ 5.538,92	\$ 6.159,28
10	\$ 6.159,28	\$ 6849,12	\$ 689,84	\$ 6.159,28	\$ 0,00
SUMAN		\$ 68.491,19	\$ 28.491,19	\$ 40.000,00	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Como se puede observar al concluir los 5 años el préstamo generará un total de interés de **\$28.491,19**.

4.3.6. Gastos Operacionales.

4.3.6.1. Gastos Administrativos.

Contaremos con 8 Colaboradores 4 hombres y 4 mujeres, los cuales serán divididos para las distintas áreas, Entre los gastos administrativos que tendrá el Camposanto se detallan los siguientes:

Tabla 23. Gastos administrativos.

Detalle	Valor Anual
Sueldos y salarios personal	21.240,00
Sueldo a los asesores de venta	8.214,00
Aporte IEES	2.007,00
Décimo tercero sueldo	1.622,52
Décimo cuarto sueldo	1.600,00
Fondos de Reserva	1.784,00

Servicio Básico	1.620,00
Suministros de Oficina	410,00
Depreciación de Activos	2.294,27
Total Gastos Administrativos	41.421,79

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.3.6.2. Gastos de Ventas.

Los gastos de ventas que tendrá el Camposanto se detallan los siguientes:

Tabla 24. Gastos de ventas.

Detalle	Valor Anual
Suministros necesarios para ventas	350,00
Publicidad y promoción	3.250,00
Total Gastos de Venta	3.600,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.3.6.3. Gastos Financieros.

Los gastos financieros que generara la empresa son:

Tabla 25. Gastos de financieros.

Detalle	Valor Anual
Intereses	4.480,00
Pago de Capital	2.369,12
Total Gastos de Venta	6.849,12

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.3.7. Costos de planes de servicios en propiedades memoriales.

La empresa ofrecerá a la ciudadanía tres tipos de servicios, a continuación se detallarán los planes de servicios en propiedades memoriales los mismos que se han clasificado en función a las características de cada uno de ellos.

- Plan de servicio Básico
- Plan de servicio Premium
- Plan de servicio Especial 1
- Plan de servicio Especial 2

Tabla 26. Costo de plan de servicio básico.

N°	Servicio	Valor
1	Nichos para restos.	650,00
2	Asesoramiento para trámites pertinentes.	10,00
3	Lápida de mármol con su respectiva leyenda.	30,00
4	Apertura y cierre del espacio	20,00
5	Arreglo de carpa	50,00
Total		760,00

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Autora**Tabla 27. Costo de plan de servicio premium.**

N°	Servicio	Valor
1	Bóveda para cuerpo entero.	900,00
2	Lápida de mármol con su respectiva leyenda.	75,00
3	Apertura y cierre del espacio	20,00
4	Preparación del difunto.	35,00
5	Asesoramiento para trámites pertinentes.	10,00
6	Ceremonia de cuerpo presente.	25,00
8	Arreglo de Carpa	50,00
Total		1.115,00

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Autora**Tabla 28. Costo de plan de servicio especial 1.**

N°	Servicio	Valor
1	Lote con capacidad para dos personas (Propiedad Subterránea)	1.200,00
3	Preparación del difunto.	35,00
4	Asesoramiento para trámites pertinentes.	10,00
5	Lápida de mármol con su respectiva leyenda.	30,00
6	Apertura y cierre del espacio.	20,00
7	Ceremonia de cuerpo presente, al mes y al año de fallecido.	75,00
8	Arreglo de carpa	50,00
Total		1.420,00

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Autora

Tabla 29. Costo de plan de servicio especial 2.

N°	Servicio	Valor
1	Lote con capacidad para 2 cuerpos y 3 reducciones (Propiedad Subterránea).	1.500,00
3	Preparación del difunto.	35,00
4	Asesoramiento para trámites pertinentes.	10,00
5	Lápida de mármol con su respectiva leyenda.	30,00
6	Apertura y cierre del espacio.	20,00
7	Ceremonia de cuerpo presente, al mes y al año de fallecido.	75,00
8	Arreglo de carpa	50,00
Total		1.720,00

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Autora**4.3.7.1. Costos Fijos y Variables.****Tabla 30. Costos fijos y variables**

Concepto	Costos Fijos	Costos Variables
COSTOS DE PLANES DE SERVICIO		
Plan de servicio básico		9.120,00
Plan de servicio premium		13.740,00
Plan de servicio especial 1		17.040,00
Plan de servicio especial 2		20.640,00
GASTOS DE VENTA		
Publicidad y promoción	3.250,00	
Suministros necesarios para ventas	1.000,00	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
Sueldos y salarios personal	21.240,00	
Sueldo a los asesores de venta	8.214,00	
Aporte IEES	2.007,00	
Décimotercero y cuarto sueldo	2.622,52	
Fondos de Reserva	1.784,00	
Servicio básico	1.620,00	
Suministros de oficina	410,00	
Depreciación de activos	2.924,27	
Intereses	11.200,00	
Pago de capital	1.522,18	
TOTAL	57.793,97	60.540,00

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Autora

4.3.7.2. Precio de Venta.

Tabla 31. Total costos fijos y variables.

DETALLE	COSTOS
Costos fijos	57.793,97
Costos variables	60.540,00
TOTAL	118.333,97

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Tabla 32. Precio de venta unitario.

Planes de servicios en propiedades memoriales	Costo de Venta	% de Ganancia	Precio de Venta
Plan de servicio básico	760,00	15%	874,00
Plan de servicio premium	1.115,00	20%	1.338,00
Plan de servicio especial 1	1.420,00	25%	1.775,00
Plan de servicio especial 2	1.720,00	30%	2.236,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.3.7.3. Presupuesto costo de venta

Tabla 33. Promedios esperados costos de venta

Plan de servicio Básico				
DEMANDA ESPERADA	MENSUAL	COSTO	TOTAL MESUAL	TOTAL ANUAL
	10	760,00	7.600,00	91.200,00
				91.200,00
Plan de servicio Premium				
DEMANDA ESPERADA	MENSUAL	COSTO	TOTAL MESUAL	TOTAL ANUAL
	8	1.115,00	8.920,00	107.040,00
				107.040,00
Plan de servicio Especial 1				
DEMANDA ESPERADA	MENSUAL	COSTO	TOTAL MESUAL	TOTAL ANUAL
	5	1.420,00	7.100,00	85.200,00
				85.200,00
Plan de servicio Especial 2				
DEMANDA ESPERADA	MENSUAL	COSTO	TOTAL MESUAL	TOTAL ANUAL
	4	1.720,00	6.880,00	82.560,00
				82.560,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Tabla 34. Proyección de costo de venta.

COSTOS	
DETALLE	VALOR
Plan de servicio Básico	91.200,00
Plan de servicio Premium	107.040,00
Plan de servicio Especial 1	85.200,00
Plan de servicio Especial 2	82.560,00
TOTAL COSTOS	366.000,00
TASA DE INFLACIÓN	3.5%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Tabla 35. Incremento de costo de venta.

INCREMENTO DE COSTO DE VENTA	
AÑO	VALOR
2015	366.000,00
2016	378.810,00
2017	392.068,35
2018	405.790,74
2019	419.993,41
2020	434.693,17
2021	449.907,43
2022	465.654,19
2023	481.952,08
2024	498.820,40

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.3.7.4. Presupuesto de ventas.

Tabla 36. Promedio esperado de ventas.

Plan de servicio Básico				
DEMANDA ESPERADA	MENSUAL	COSTO	TOTAL MESUAL	TOTAL ANUAL
	10	874,00	8.740,00	104.880,00
				104.880,00
Plan de servicio Premium				
DEMANDA ESPERADA	MENSUAL	COSTO	TOTAL MESUAL	TOTAL ANUAL
	8	1.338,00	10.704,00	128.448,00
				128.448,00
Plan de servicio Especial 1				
DEMANDA ESPERADA	MENSUAL	COSTO	TOTAL MESUAL	TOTAL ANUAL
	5	1.775,00	8.875,00	106.500,00
				106.500,00
Plan de servicio Especial 2				
DEMANDA ESPERADA	MENSUAL	COSTO	TOTAL MESUAL	TOTAL ANUAL
	4	2.236,00	8.944,00	107.328,00
				107.328,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Tabla 37. Proyección de ventas.

INGRESOS	
DETALLE	VALOR
Plan de servicio Básico	104.880,00
Plan de servicio Premium	128.448,00
Plan de servicio Especial 1	106.500,00
Plan de servicio Especial 2	107.328,00
TOTAL COSTOS	447.156,00
TASA DE INFLACIÓN	5%

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Autora**Tabla 38. Incremento precio de ventas.**

PROYECCION DE VENTAS	
AÑO	VALOR
2015	447.156,00
2016	469.513,80
2017	492.989,49
2018	517.638,96
2019	543.520,90
2020	570.696,94
2021	599.231,78
2022	629.193,36
2023	660.653,02
2024	693.685,67

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Autora

4.3.7.5. Presupuesto costos operativos.

Tabla correspondiente a gastos de sueldos tanto administrativos como en el área de ventas, con una tasa de inflación del 3.5%.

Tabla 39. Gastos incurridos en sueldos.

AÑO	SUELDO ANUAL
2015	42.097,52
2016	43.570,93
2017	45.095,92
2018	46.674,27
2019	48.307,87
2020	49.998,65
2021	51.748,60
2022	53.559,80
2023	55.434,39
2024	57.374,59

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.3.8. Capital de trabajo.

La empresa requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, estos recursos deben ser disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa.

Tabla 40. Capital de trabajo.

GASTOS OPERACIONALES	VALOR
Gastos administrativos	38.497,52
Gastos de ventas	3.600,00
Gastos financieros	6.849,12
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	48.946,64

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.3.9. Balance inicial.

El Balance inicial del Camposanto se encuentra estructurado por las cuentas de activos, pasivos y patrimonio.

**BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL
CAMPOSANTO “JARDINES DE MOCACHE”
AÑO 2015**

Tabla 41. Balance de situación inicial

ACTIVOS	
Activos Corrientes	
Caja - Bancos	23.298,20
Total activos corrientes	23.298,20
Activos Fijos	
Infraestructura	26.360,20
Muebles y equipos de oficina	2.521,04
Materiales de inhumación	712,01
Muebles y equipos del Camposanto	2.519,20
Total activos fijos	32.112,45
Activos Diferidos	
Servicios básicos	135,00
Gastos de Constitución	1.620,00
Imprevistos	200,50
Total activos diferidos	1.955,50
TOTAL ACTIVOS	57.366,15
PASIVOS	
Pasivos no corrientes	
Préstamo Bancario	40.000,00
Total pasivos no Corrientes	40.000,00
PATRIMONIO	
Patrimonio	
Capital Social	17.366,15
Total Patrimonio	17.366,15
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	57.366,15

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora.

4.3.10. Estado de Resultados.

En el estado de resultados podemos evidenciar que la utilidad neta del primer año es de **\$17.492,71** lo cual es un buen indicio para la ejecución del proyecto.

Tabla 42. Estado de resultados.

RUBROS		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
(+)	Ingresos en Efectivo	447.156,00	469.513,80	492.989,49	517.638,96	543.520,90	570.696,94	599.231,78	629.193,36	660.653,02	693.685,67
	Egresos en Efectivo										
(-)	Costos de Producción	366.000,00	378.810,00	392.068,35	405.790,74	419.993,41	434.693,17	449.907,43	465.654,19	481.952,08	498.820,40
(=)	Utilidad Bruta	81.156,00	90.703,80	100.921,14	111.848,22	123.527,49	136.003,77	149.324,35	163.539,17	178.700,94	194.865,27
(-)	Costos Operativos	42.097,52	43.570,93	45.095,92	46.674,27	48.307,87	49.998,65	51.748,60	53.559,80	55.434,39	57.374,59
(-)	Depreciación	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.609,14	2.609,15
(=)	Utilidad Operacional	36.134,21	44.208,60	52.900,95	62.249,68	72.295,35	83.080,85	94.651,48	107.055,10	120.657,41	134.881,53
(-)	Intereses Bancarios	8.694,66	7.511,09	6.047,56	4.237,84	2.000,04	0	0	0	0	0
(=)	Utilidad antes part de trabaj	27.439,55	36.697,51	46.853,39	58.011,84	70.295,31	83.080,85	94.651,48	107.055,10	120.657,41	134.881,53
(-)	15% de participación de trabaj	4.115,93	5.504,63	7.028,01	8.701,78	10.544,30	12.462,13	14.197,72	16.058,27	18.098,61	20.232,23
(=)	Utilidad antes de IR	23.323,62	31.192,88	39.825,38	49.310,06	59.751,01	70.618,72	80.453,76	90.996,83	102.558,80	114.649,30
(-)	25% Impuesto a la Renta	5.830,91	7.798,22	9.956,35	12.327,52	14.937,75	17.654,68	20.113,44	22.749,21	25.639,70	28.662,33
(=)	UTILIDAD NETA	17.492,71	23.394,66	29.869,03	36.982,54	44.813,26	52.964,04	60.340,32	68.247,62	76.919,10	85.986,97

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora.

4.3.11. Flujo de caja proyectado.

La inversión requerida para la puesta del negocio en marcha es de \$57.366,15 el cual será financiado por 5 años al BNF, esto nos evidenciará el tiempo de recuperación de la inversión.

Tabla 43. Flujo de caja proyectado.

CONCEPTO	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
(+)Utilidad neta		17.492,71	23.394,66	29.869,03	36.982,5	44.813,26	52.964,04	60.340,32	68.247,62	7.6919,1	85.986,97	497.010,25
(+)Total final de la depreciación		2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.924,27	2.609,14	2.609,15	28.612,45
(-) Principal		6.849,12	6.849,12	6.849,12	6.849,12	6.849,12	6.849,12	6.849,12	6.849,12	6.849,12	68.49,12	68.491,20
FFN	-57366,15	13.567,86	19.469,81	25.944,18	33.057,69	40.888,41	49.039,19	56.415,47	64.322,77	72.679,12	81.747,00	457.131,50

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora.

4.3.12. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio ha sido calculado tomando en consideración la siguiente fórmula:

$$\text{P.E.} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

Tabla 44. Punto de equilibrio

Detalle	Valores
Costos Fijos	57.793,97
Costos Variables	60.540,00
Ventas	447.156,00

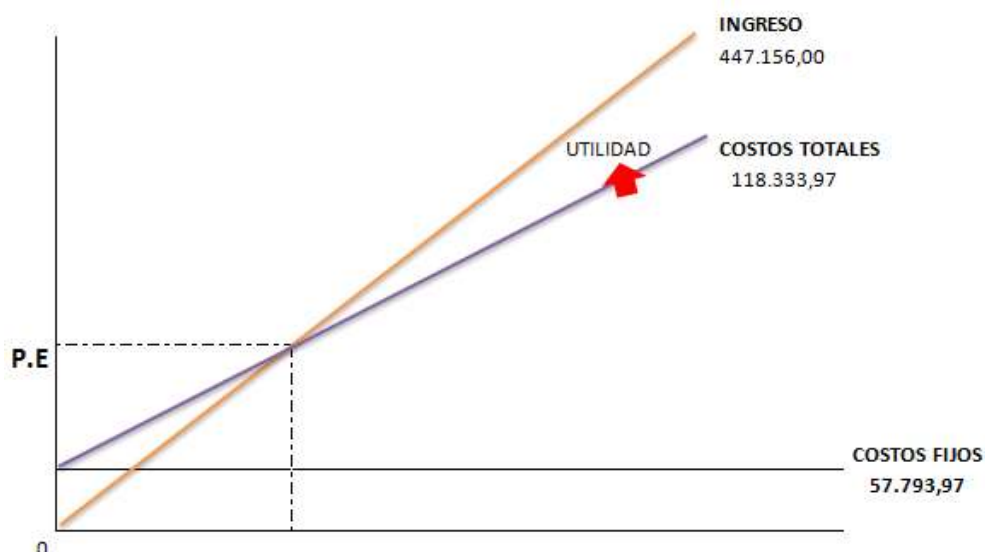
Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

Aplicando la fórmula se obtiene los siguientes resultados:

$$\text{P.E.} = \frac{\$ 55.809,53}{1 - \frac{\$ 60.540,00}{\$ 447.156,00}} \quad \text{P.E.} = \$66.843,89$$

Figura 17. Punto de equilibrio



Fuente: Investigación.

Elaborado por: Autora.

4.4. EVALUACIÓN FINANCIERA.

Tabla 45. Evaluación financiera.

DETALLE	VALOR
Inversión	-57.366,15
1er Año	13.567,86
2do Año	19.469,81
3er Año	25.944,18
4to Año	33.057,69
5to Año	40.888,41
6to Año	49.039,19
7mo Año	56.415,47
8vo Año	64.322,77
9no Año	72.679,12
10mo Año	81.747,00
VAN	171.629,75
TIR	46%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	3 años
RELACION BENEFICIO COSTO	1,29

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.4.1. Valor actual neto (VAN)

Después de haber obtenido los valores del flujo de caja proyectado a 10 años, se determina que el valor actual neto (VAN) es de **\$171.629,75** por lo tanto se concluye que es conveniente realizar la inversión.

4.4.2. Tasa interna de retorno (TIR)

El valor obtenido de la tasa interna de retorno (TIR) es 46% un porcentaje mayor a la tasa de interés (11.20%), por lo tanto de acuerdo a este indicador el proyecto es rentable.

4.4.3. Período de recuperación.

El período de recuperación nos indica que el tiempo que tardará en recuperarse lo invertido es de 3 Años lo que nos da como resultado que el negocio es rentable.

Tabla 46. Periodo de recuperación.

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJO DE CAJA ACUMULADO
0	-57366,15	
1	13.567,86	13.567,86
2	19.469,81	33.037,67
3	25.944,18	58.981,85
4	33.057,69	92.039,54
5	40.888,41	132.927,95
6	49.039,19	181.967,14
7	56.415,47	238.382,61
8	64.322,77	302.705,38
9	72.679,12	375.384,50
10	81.747,00	457.131,50

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

4.4.4. Relación Beneficio Costo (B/C).

Los resultados de la relación B/C es de \$ 1,29

4.5. DISCUSIÓN.

Según los resultados obtenidos del estudio de mercado pudimos determinar que existe una demanda insatisfecha, por lo que es factible la implementación del Camposanto en el cantón Mocache, ya que en la encuesta realizada a una muestra de 365 habitantes del antes mencionado cantón, el 65% Estaría dispuesto a adquirir una propiedad en el Camposanto privado con ambiente de jardines y áreas verdes.

Por otra parte el Estudio Técnico determina los equipos, muebles y materiales necesarios para la realización del negocio, los cuales son fáciles de adquirir para la implementación del Camposanto, por lo que son herramientas frecuentes para la realización del mismo.

Por último la etapa definitiva del estudio de factibilidad como es la Evaluación Económica y Financiera nos indicó la factibilidad del proyecto ya que los indicadores financieros como es la Tasa Interna de Retorno nos muestra que se obtendrá una rentabilidad del 46% de lo que se invertiría inicialmente, lo que hace posible la implementación del negocio, así mismo el Valor Actual Neto nos da un resultado de \$171.629,75 el mismo indica que el negocio es factible ya que su resultado es favorable, con un tiempo de recuperación de inversión de 3 años.

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Conclusiones.

De Acuerdo a la investigación realizada concluimos en lo referente a la creación de un Camposanto privado, que es una nueva propuesta de negocio ya que el cementerio actual se encuentra colapsado y sin posibilidades de ampliarlo de tal significancia resulta evidente la posibilidad de la construcción de un Camposanto Privado en el cantón Mocache, Año 2015.

- Luego de los resultados obtenidos del análisis de la situación actual, se pudo notar la inconformidad de los habitantes del cantón Mocache por las condiciones críticas en que se encuentra el cementerio municipal, lo cual sustenta la necesidad de crear un cementerio privado que cubra la demanda insatisfecha y su proyección futura.
- Mediante el estudio de Mercado se pudo concluir que gran parte de la población del cantón Mocache está dispuesto a adquirir una propiedad en el Camposanto ya que así no tendrían que trasladar a sus difuntos a cementarios de otras ciudades.
- Del análisis Técnico, Económico y Financiero se pudo establecer en base al estudio de mercado, las encuestas aplicadas a la muestra representativa y el estudio económico y financiero, que el proyecto para la creación de un Camposanto privado en el cantón Mocache es viable y factible, considerando que existe una necesidad básica insatisfecha, y la aceptación mayoritaria de la población para la realización del Proyecto.

5.2. Recomendaciones.

Después de los estudios realizados se recomienda:

- Se recomienda la creación del Camposanto privado en el cantón Mocache, ya que se pudo determinar mediante los estudios realizados que es una prioridad para satisfacer una necesidad básica de la población.
- En base al estudio de mercado se recomienda considerar las expectativas de los potenciales consumidores de los servicios quienes en su mayoría estarían de acuerdo en demandar los servicios del Camposanto.
- Se recomienda la aplicación del proyecto siendo su evaluación muy positiva ya que se encuentra en una localización estratégica y se puede asegurar un rendimiento económico favorable como lo evidencian el Valor Actual Neto \$171.629,75, la Tasa Interna de Retorno 46% con un tiempo de recuperación de inversión de 3 años.

CAPITULO VI
BIBLIOGRAFIA.

6.1. Bibliografía citada de Libros.

- Alarcon, M. d. (2014). Investigación de Mercados. España: Avda. de Valdengrales.
- Baca Urbina Gabriel. (2010). Evaluación de Proyectos. México: Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2011). Evaluación de proyectos. México: Mc Graw Hill.
- Córdova, G. (2011). Formulación y evaluación de proyectos. ECOE Ediciones.
- Fernández, E. (2010). Los proyectos de inversión. Editoria Tecnológica de CR.
- Flores, U. (2010). Proyectos de inversion para pyme. Bogota: ecoe-185p.
- Florez Juan. (2012). Plan de Negocio. Bogota, Colombia: Ediciones de la U.
- GARZA, G. (2009). Macroeconomía del sector servicios. México: México DF.
- Haro K. (2009). Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental. Barcelona, España: Ediciones Mundi Prensa.
- Lapatza, J. J. (2010). Instituciones de derecho financiero y tributario. Marcial Pons.
- López-Pinto, B. (2010). Los pilares del marketing. Universidad Politécnica de Catalunya: POLITEX.
- Mantilla, S. (2013). Estandares/normas internacionales de informacion financiera. ecoe.
- Maria del Carmen Alarcon del Amo, M. C. (2014). Investigación de Mercados. España: Avda. de valdenigrales, s/n 28229 ponzueto de Alarcon Madrid.
- Marín Monteagudo, Deisy Roset. (24 de 01 de 2012). Elaboración de Proyecto Educativos y Sociales. Recuperado el 05 de 02 de 2015, de Universidad Pedagógica Nacional: <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>
- Mendoza, V. (2011). Referencias y ceremonias fúnebres. Revista Protocolo.com.
- Merino, J. (2008). Instrumentos económicos para la protección del medio ambiente. Dykinson.
- Meza Orozco Jhonny de Jesús. (2010). Evaluación financiera de proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Miranda Miranda Juan José. (2008). Gestión de proyectos-identificación, formulación y evaluación. Bogotá: MMeditores.
- Miranda Miranda Juan José. (2012). Gestión de proyectos. Bogotá: MMeditores.

Nassir Sapag Chain. (2011). Proyectos de inversión, Formulación y evaluación. Chile: Pearson .

Orozco, J. d. (2013). Evaluacion financiera de proyectos. Colombia: Tercera Edicion.

Rivera Martínez Francisco. (2010). Administración de proyectos. México: Pearson .

Sanchez, F. (2013). Analisis tecnico y analisis fundamental.

SAPAG N. (2013). Preparación y evaluación de proyectos. Chile: Pearson Education.

SARMIENTO, R. (2009). Formlación y evaluación de proyectos. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Urbina, G. B. (2010). Evaluacion de proyectos. Mexico: Sexta Edicion.

CAPITULO VII

ANEXOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LA DEMANDA



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL

ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DEL CANTON MOCACHE.

Buenos días/ tardes, el presente cuestionario tiene como finalidad determinar la factibilidad para la creación de un Camposanto privado en el cantón Mocache, la información que usted nos proporcione con cada una de sus respuestas será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado. De antemano agradecemos por la atención prestada.

Investigadora: Rivera Douglas Valeria Elisabeth.

Instrucciones: Marque con un visto según su criterio personal.

Sexo: Masculino ☐
Femenino ☐
Otro ☐

Edad: Entre 16 y 20 años. ☐
Entre 20 y 30 años. ☐
Entre 30 y 40 años. ☐
Entre 40 y 50 años. ☐
Mayor a 50años. ☐

1. ¿Cuántas personas integran su familia?

Entre 1 a 5 ☐
Entre 6 a 10 ☐
O más ☐

2. ¿Cuál es su criterio con respecto a la situación actual en el que se encuentra el cementerio general del cantón Mocache?

Muy Buena.	
Buena	
Regular	
Insuficiente	

3. ¿Cree usted que el servicio que brinda actualmente el cementerio del cantón Mocache cubre las necesidades de la población?

Si	
No	

4. ¿Considera usted que es de mucha importancia la implementación de un nuevo cementerio en el cantón Mocache?

Si	
No	

5. ¿Si se Implementaría un Camposanto privado en el cantón Mocache con ambiente de jardines y áreas verdes, Estaría dispuesto a adquirir una propiedad?

Si	
No	

6. ¿Cuánto estaría dispuesta (o) a pagar por una propiedad en un cementerio privado?

Entre \$900,00 y \$1,500	
Entre \$1,501 y \$2,000	

7. Si usted sufriría la pérdida de un ser querido, ¿en cuál de los siguientes sitios desearía que se realice su sepultura?

Cementerio General	
Cementerio Privado	

8. ¿Por cuál de los siguientes motivos seleccionó el sitio que mencionó en la pregunta anterior?

Por tradición

☐

Inspira confianza

☐

Costos aceptables

☐

No contesta

☐

9. ¿Considera usted que la creación de un Camposanto privado sería una fuente de trabajo para el cantón?

Si

☐

No

☐

10. ¿Al tener un familiar sepultado en cementerios tradicionales tendría interés de trasladarlos a un Camposanto privado?

De Acuerdo

☐

En Desacuerdo

☐

11. ¿Estaría de acuerdo usted con que el Camposanto y servicios fúnebres tenga como nombre “JARDINES DE MOCACHE”?

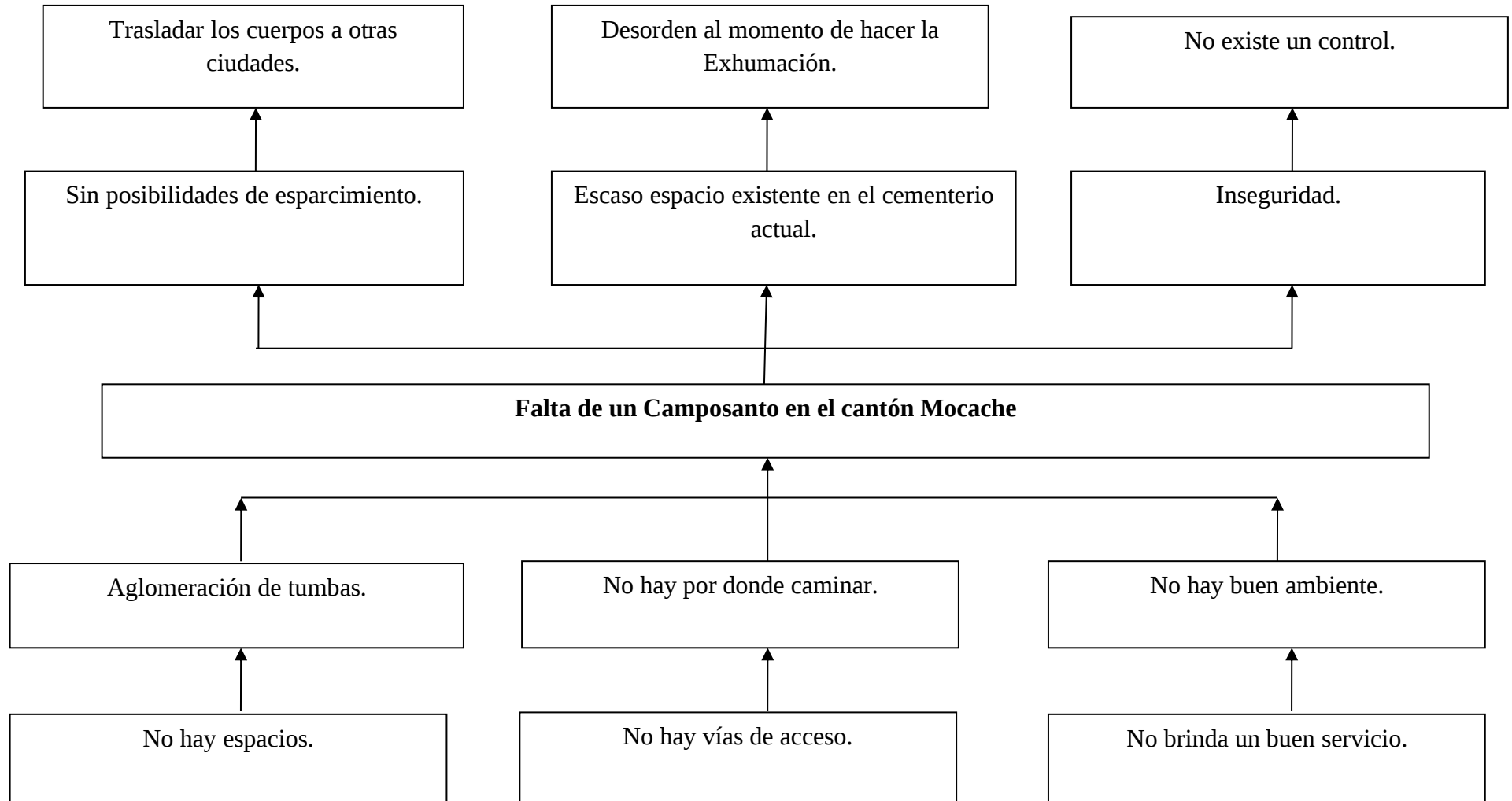
De Acuerdo

☐

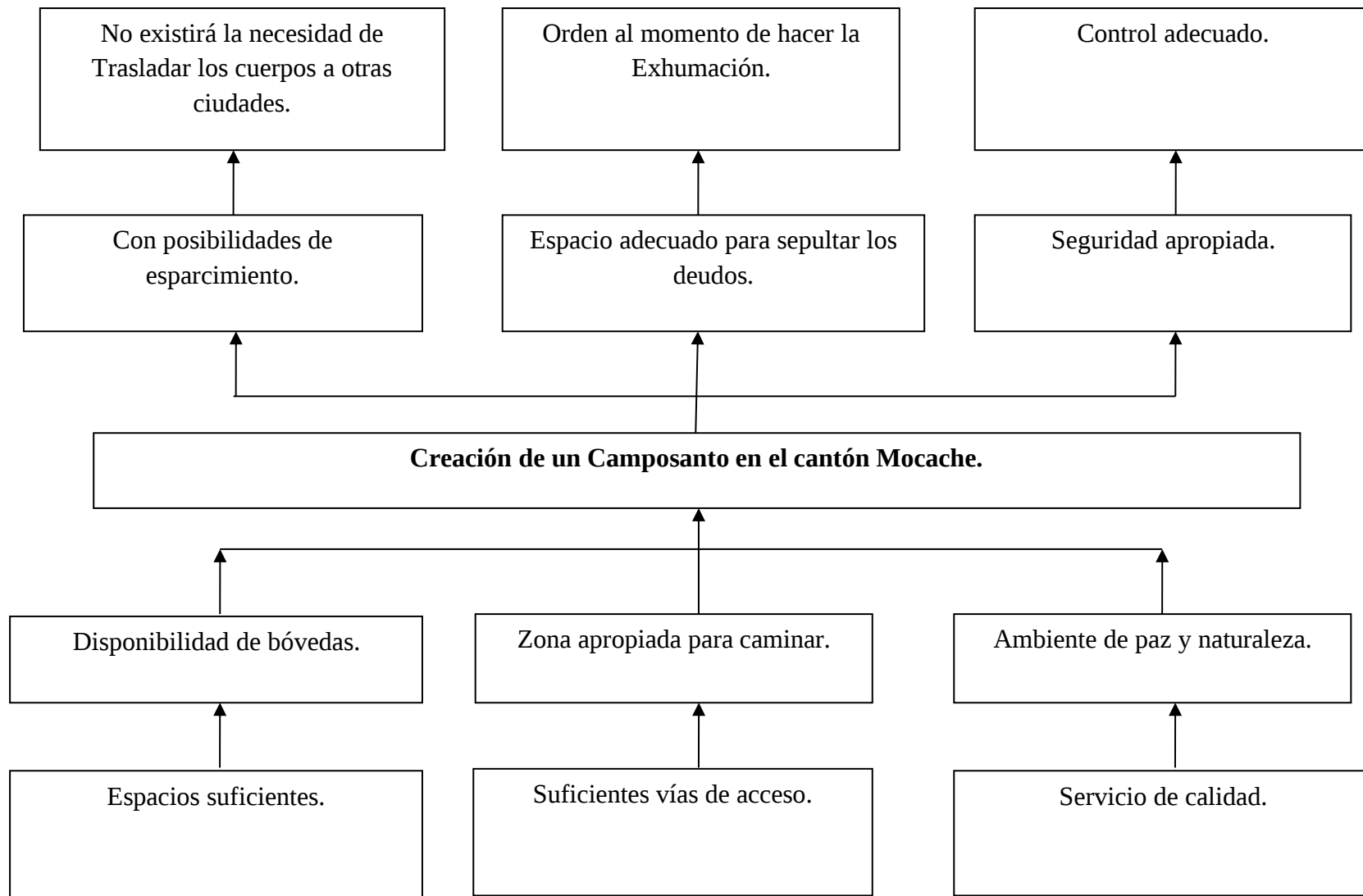
En Desacuerdo

☐

ARBOL DEL PROBLEMA



ARBOL DE OBJETIVOS



MATRIZ DEL PROBLEMA

Causa.	Efecto.	Pronóstico	Control del pronóstico.	Problematicación.	sistematización del problema
✓ Falta de emprendimiento . ✓ Escasa inversión. ✓ Carencia de conocimientos en proyectos de Camposanto.	✓ Desorganización y desinterés sobre proyectos para Camposanto. ✓ Los recursos existentes no cubren la inversión requerida para este tipo de proyectos. ✓ Servicios deficientes por la limitada capacidad del cementerio actual.	La carencia de espacio físico en el cementerio general del cantón Mocache, conlleva al incremento de la demanda insatisfecha de servicios de Camposanto en la comunidad Mocacheña.	La construcción de un Camposanto privado disminuirá la demanda insatisfecha actual de servicios de Camposanto en el cantón Mocache.	¿De qué manera cubrirá la demanda de necesidades señaladas de los deudos de la comunidad, la creación de un Camposanto privado, en el cantón Mocache?	¿De qué manera influye el análisis de la situación actual del cementerio general del cantón Mocache para determinar la necesidad de la creación de un Camposanto privado? ¿Qué elementos deben tomarse en consideración al momento de realizar un Estudio de Mercado para identificar la oferta, los precios y la demanda insatisfecha de servicios de Camposanto, para la construcción de un cementerio privado? ¿Qué factores se deben analizar en el estudio técnico, económico y financiero para determinar la viabilidad del proyecto?

MATRIZ DEL MARCO TEORICO

Objetivo General.	Objetivos Específicos.	Variables.	Marco Teórico.
Elaborar un estudio de factibilidad para construcción de un Camposanto privado, en el cantón Mocache año 2015.	✓ Analizar la situación actual del cementerio general del cantón Mocache, para determinar la necesidad de la creación de un Camposanto privado. ✓ Realizar un Estudio de Mercado para identificar la oferta, los precios y la demanda insatisfecha de servicios de Camposanto en el Cantón Mocache. ✓ Realizar un análisis técnico, económico y financiero para determinar la viabilidad del proyecto.	✓ Estudio de Factibilidad. ✓ Camposanto. ✓ Cantón Mocache. ✓ Análisis de la situación actual. ✓ Cementerio. ✓ Estudio de Mercado. ✓ Estudio Técnico. ✓ Viabilidad del proyecto.	Estudio de factibilidad. ✓ Definición ✓ Concepto ✓ Importancia. Camposanto. ✓ Definición ✓ Concepto ✓ Importancia. Análisis de la situación Actual. ✓ Definición ✓ Concepto ✓ Importancia. Estudio de Mercado. ✓ Definición ✓ Concepto ✓ Importancia. Estudio Técnico. ✓ Definición ✓ Concepto ✓ Importancia. Viabilidad del proyecto. ✓ Definición ✓ Concepto ✓ Importancia.