

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERA COMERCIAL CON
MENCIÓN EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAMPO
SANTO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA**

AUTORA:

MARÍA JOSÉ CHÁVEZ VILLACRÉS

DIRECTOR:

RAMIRO HARO

Quito, mayo 2013

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, mayo 2013

María José Chávez Villacrés

CI: 060378666-6

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este trabajo a mis padres por su constante apoyo, por su confianza en mí, porque a pesar de todo son las personas que están a mi lado, guiándome, ayudándome, dándome siempre una mano en los momentos requeridos, a ellos que su lucha constante, sus ganas por vivir, me han enseñado que todo en esta vida es posible, pero que para ello hay que luchar y sufrir hasta alcanzar lo esperado, a mis padres que son mi inspiración, son un conjunto de todo lo que quisiera ser, y éste paso es una muestra del eterno agradecimiento que tengo en mi corazón.

Este trabajo está dedicado a todas las personas que fueron parte de esta etapa universitaria, a mis amigas y amigos quienes estuvieron presentes brindándome su apoyo, aquella persona que no tendrá una mención especial, pero siempre guardaré en mi mente y en mi corazón todo su apoyo, su cariño, su paciencia, a quien sin saber acerca de mi carrera nunca dudó en ayudarme cuando lo necesitaba.

A todos los profesores que llenaron de saber mi mente y a los que fueron una verdadera guía espiritual.

A mis tías, hermanos, a los dos pequeños de la casa, mis sobrinos adorados, a mis primos, que son como mis hermanos, y a toda mi familia que compartirá y disfrutará conmigo de este logro alcanzado.

María José Chávez Villacrés

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Politécnica Salesiana, Directora de Carrera Ing. Mercedes Zapata, Director de Tesis Eco. Ramiro Haro, y cuerpo docente de la institución, quienes fueron los encargados de generar nuevos conocimientos en mí, los mismos que me han ayudado a seguir creciendo profesionalmente, doy las gracias a la universidad, que además de haber llenado de enriquecedores conocimientos, me ayudaron en la formación y crecimiento espiritual, necesario para hacer frente a todos los obstáculos de la vida.

María José Chávez Villacrés

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
ESTUDIO DE MERCADO, ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA	2
1. Estudio de mercado	2
1.1. Introducción al estudio de mercado.....	2
1.2. Antecedentes en el Ecuador	3
1.3. Sociología de la muerte.....	4
1.4. Factores que influyen en la necesidad de un estudio de factibilidad....	6
1.5. Justificación del proyecto.....	6
1.6. Enfoque estratégico	7
1.7. Análisis del FODA	7
1.7.1. Fortalezas	8
1.7.2. Debilidades.....	8
1.7.3. Oportunidades.....	8
1.7.4. Amenazas	9
1.8. Objetivo general	9
1.9. Objetivos específicos	9
1.10. Determinación de la muestra.....	9
1.10.1. Análisis de la demanda.....	12
1.10.2. Resultados del levantamiento de la información en campo	12
1.11. Análisis de la oferta	24
1.11.1. Características Funeraria Monte de los Olivos.....	26
1.11.2. Características Funeraria Mendoza.....	27
1.11.3. Características funeraria Senderos de Luz	28
1.11.4. Características Criptas de la Catedral	29
1.12. Demanda insatisfecha	31
1.13. Producto	32
1.13.1. Detalle de productos y servicios	33
1.14. Precio	37
1.15. Análisis de comercialización.....	38
1.16. Estrategias de mercadeo.....	38

1.16.1. Publicidad impresa.....	38
1.16.2. Publicidad gráfica, web y multimedia.....	39
CAPÍTULO II.....	40
ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO	40
2. Estudio técnico	40
2.1. Objetivos	40
2.2. Delimitación del tamaño y localización del proyecto.....	40
2.2.1. Factores que determinan el tamaño del proyecto	40
2.2.2. Localización del camposanto	41
2.3. Macro localización.....	43
2.4. Micro localización	44
2.5. Localización óptima del proyecto.....	44
2.6. Ingeniería del proyecto	45
2.7. Descripción del proyecto	45
2.7.1. Análisis arquitectónico.....	45
CAPÍTULO III	50
ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	50
3. Estudio organizacional y legal	50
3.1. Objetivos	50
3.2. La empresa	50
3.2.1. Clasificación de la empresa.....	50
3.3. Marco legal.....	58
3.3.1. Aprobación del nombre de la compañía	58
3.3.2. Apertura cuenta de integración de capital	58
3.3.3. Celebrar la escritura pública.....	59
3.3.4. Solicitar la aprobación de las escrituras de constitución.....	59
3.3.5. Obtener la resolución de aprobación de la escritura	60
3.3.6. Cumplir con las disposiciones de la resolución.....	60
3.3.7. Inscribir las escrituras en el registro mercantil.....	61
3.3.8. Reingresar los documentos a la superintendencia de compañías ...	61
3.3.9. Obtener el Registro Único de Contribuyentes.....	62
3.3.10. Retirar la cuenta de integración de capital	63

3.3.11.	Aperturar una cuenta bancaria a nombre de la compañía	63
3.3.12.	Obtener permiso para imprimir facturas	64
3.3.13.	Obtención de permisos de sanidad.....	64
3.3.14.	Declaración del impuesto de patentes.....	65
3.3.15.	Permiso Cuerpo de Bomberos	65
3.4.	Impuestos	65
3.4.1.	Impuesto al Valor Agregado	66
3.4.2.	Impuesto a la Renta.....	67
3.5.	Detalle de obligaciones tributarias para un compañía de responsabilidad limitada.....	68
3.6.	Determinación de misión y visión de la empresa.....	71
3.6.1.	Misión	71
3.6.2.	Visión	72
3.7.	Estructura organizacional.....	73
3.7.1.	Junta general de socios.....	75
3.7.2.	Administración	75
3.7.3.	Contabilidad	75
3.7.4.	Publicidad y ventas	76
3.7.5.	Atención al cliente	76
CAPÍTULO IV.....	77	
ESTUDIO FINANCIERO.....	77	
4.	Análisis financiero.....	77
4.1.	Presupuesto de inversión.....	78
4.2.	Activos	78
4.2.1.	Activos corrientes	78
4.2.2.	Activos no corrientes	79
4.2.3.	Depreciación activos tangibles	83
4.3.	Capital de trabajo.....	88
4.3.1.	Gastos de constitución	89
4.3.2.	Materiales directos.....	91
4.3.3.	Sueldos y salarios	92
4.3.4.	Servicios básicos.....	99

4.3.5.	Suministros de limpieza	99
4.3.6.	Publicidad y propaganda	100
4.3.7.	Combustible y mantenimiento.....	101
4.3.8.	Gastos varios	101
4.3.9.	Total capital de trabajo.....	102
4.4.	Inversión del proyecto	102
4.5.	Financiamiento de la inversión.....	104
4.5.1.	Estructura de financiamiento.....	105
4.5.2.	Distribución de recursos propios	105
4.5.3.	Amortización del crédito bancario.....	106
4.5.4.	Amortización de la deuda.....	107
4.6.	Costos, gastos e ingresos del proyecto.....	108
4.6.1.	Costos y gastos	108
4.6.2.	Elementos del costo	108
4.6.3.	Costos fijos	109
4.6.1.	Costos variables	109
4.6.2.	Proyección a 10 años de costos fijos y variables.....	110
4.6.3.	Ingresos	114
4.7.	Punto de equilibrio.....	115
4.7.1.	Determinación punto de equilibrio dólares	115
4.7.2.	Determinación punto de equilibrio por número de productos.....	116
4.8.	Proyección de costos, gastos e ingresos del proyecto.....	119
4.8.1.	Proyección de costos y gastos a 10 años.....	119
4.8.2.	Proyección de ingresos a 10 años	122
4.9.	Estados de situación financiera	124
4.9.1.	Balance general inicial	125
4.9.2.	Estado resultados integrales	126
4.9.3.	Flujo de Caja.....	129
4.9.4.	Balance general.....	131
4.10.	Análisis financiero	134
4.10.1.	Indicadores de liquidez.....	134
4.10.2.	Indicadores de endeudamiento	135
4.10.3.	Indicadores de rentabilidad.....	135

4.10.4. Valor actual neto.....	136
4.10.5. Tasa interna de retorno.....	138
4.10.6. Relación beneficio costo	139
Conclusiones y Recomendaciones	140
Conclusiones.....	140
Recomendaciones.....	141
BIBLIOGRAFÍA	142
ANEXOS	146

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1_Necesidad de un camposanto en la ciudad de Riobamba.....	11
Tabla 2_Población preparada para resolver asuntos funerarios	13
Tabla 3_Población por funeraria de preferencia	13
Tabla 4_Población por motivo de preferencia	14
Tabla 5_Población de tipos de servicios exequiales de preferencia.....	16
Tabla 6_Monto que el cliente pagaría por el tipo de servicio exequial de su preferencia.....	17
Tabla 7_Población dispuesta a contratar servicios del camposanto de acuerdo a las características ofrecidas	18
Tabla 8_Población dispuesta a contratar de acuerdo a precio de venta referencial	19
Tabla 9_Población por motivo que no contrataría con el camposanto.....	19
Tabla 10_Población por precio máximo de pago por servicios del camposanto	20
Tabla 11_Población por motivo de contratación con el camposanto	21
Tabla 12_Necesidad de características adicionales para el camposanto	22
Tabla 13_Características adicionales necesarias para el camposanto	23
Tabla 14_Medio en el que preferiría la población obtener información acerca del camposanto.....	24
Tabla 15_Productos Funeraria Monte de los Olivos	26
Tabla 16_Servicios Funeraria Monte de los Olivos	26
Tabla 17_Productos Funeraria Mendoza	27
Tabla 18_Servicios Funeraria Mendoza	27
Tabla 19_Productos Funeraria Senderos de Luz.....	28
Tabla 20_Servicios Funeraria Senderos de Luz.....	29

Tabla 21	Productos Criptas de la Catedral.....	30
Tabla 22	Servicios Criptas de la Catedral.....	30
Tabla 23	Determinación demanda insatisfecha.....	32
Tabla 24	Áreas ocupadas por el camposanto	41
Tabla 25	Factores de rentabilidad por localización.....	43
Tabla 26	Clasificación de las empresas por su personería jurídica.....	56
Tabla 27	Clasificación del tipo de empresa del camposanto	57
Tabla 28	Fecha de declaración del impuesto al valor agregado de acuerdo al último dígito del RUC.....	67
Tabla 29	Fecha de declaración de impuesto a la renta, según último dígito del RUC	69
Tabla 29	Inversión terreno	80
Tabla 30	Inversión edificio e infraestructura	80
Tabla 31	Inversión vehículo.....	81
Tabla 32	Muebles y enseres	81
Tabla 33	Equipo de cómputo.....	82
Tabla 34	Equipo y maquinaria	82
Tabla 35	Total inversión activos no corrientes tangibles.....	83
Tabla 36	Depreciación acumulada edificio e infraestructura.....	86
Tabla 37	Depreciación acumulada de vehículo.....	86
Tabla 38	Depreciación acumulada de muebles y enseres.....	87
Tabla 39	Depreciación acumulada de equipo de cómputo	87
Tabla 40	Depreciación acumulada de equipo y maquinaria	87
Tabla 41	Gastos de constitución.....	91
Tabla 42	Inversión materiales directos para servicios exequiales.....	91
Tabla 43	Inversión materiales directos para servicios de inhumación	92

Tabla 44	Sueldos y salarios	93
Tabla 45	Proyección sueldos y salarios	94
Tabla 46	Servicios básicos	99
Tabla 47	Suministros de limpieza	100
Tabla 48	Publicidad y propaganda	100
Tabla 49	Combustible y mantenimiento	101
Tabla 50	Gastos varios	102
Tabla 51	Capital de trabajo total	102
Tabla 52	Total inversión requerida	104
Tabla 53	Estructura de la inversión	105
Tabla 54	Distribución recursos propios	105
Tabla 55	Amortización de la deuda	107
Tabla 56	Costos fijos anuales	109
Tabla 57	Costos variables anuales	110
Tabla 58	Costos totales anuales	110
Tabla 59	Proyección a 10 años de costos fijos y variables	110
Tabla 60	Ingresos anuales	114
Tabla 61	Costos e ingresos totales	115
Tabla 62	Distribución costos variables	116
Tabla 63	Distribución costos fijos	117
Tabla 64	Ingresos por productos	117
Tabla 65	Proyección de costos y gastos	120
Tabla 66	Proyección de ingresos	122
Tabla 67	Estado de situación inicial	126
Tabla 68	Estado de resultados integrales, proyectado a 10 años	127

Tabla 69	Flujo del efectivo, proyectado a 10 años.....	130
Tabla 70	Balance general proyectado a 10 años	132
Tabla 71	Determinación de la TMAR	137
Tabla 72	Determinación del VAN.....	137
Tabla 73	Determinación de la TIR	138
Tabla 74	Beneficio - costo	139

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de aceptación del proyecto	11
Figura 2 Distribución de población preparada para resolver asuntos funerarios	13
Figura 3. Distribución de preferencia de funerarias por la población	14
Figura 4. Distribución por motivo de preferencias.....	15
Figura 5 Distribución de productos exequiales preferenciales.....	16
Figura 6 Distribución de montos máximos a pagar por servicio preferencial	17
Figura 7 Distribución de población dispuesta contratar con el camposanto.....	18
Figura 8. Distribución de población dispuesta a contratar de acuerdo a precio de venta referencial	19
Figura 9. Distribución de motivos por los que no contratarían con el camposanto ...	20
Figura 10. Distribución de pago máximo por contrato con el camposanto	21
Figura 11. Distribución de motivos para contratar con el camposanto	21
Figura 12. Distribución de criterio de necesidades adicionales para el camposanto..	22
Figura 13 Distribución de características adicionales para el camposanto.....	23
Figura 14 Distribución de medios de información de preferencia de la población....	24
Figura 15. Cofre de madera línea europea	33
Figura 16. Arreglos florales oferta A.....	34
Figura 17. Espacios de sepultamiento camposanto	34
Figura 18. Cofre de madera oferta B	35
Fuente: Catálogo de productos funeraria Nacional	35
Figura 19. Arreglo floral oferta B.....	36
Fuente: Floristería las orquídeas.....	36
Figura 20. Cofre de madera oferta C	36
Fuente: Catálogo de productos funeraria Nacional	36

Figura 21. Arreglo floral oferta C.....	37
Figura 22. Mapa político de la provincia de Chimborazo.....	42
Figura 23 Organigrama del camposanto	74
Figura 25. Punto de equilibrio servicios exequiales	118
Figura 26. Punto de equilibrio servicios inhumación	119

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1 Cuestionario.....	146
Anexo No. 2 Regulación para una compañía de responsabilidad limitada.....	150
Anexo No. 3 Proceso de creación de una nueva empresa.....	162
Anexo No 4. Modelo de certificado de apertura de cuenta de integración.....	163
Anexo No. 5 Modelo de minuta para ser elevada a escritura pública	165
Anexo No. 6 Modelo de resolución de registro mercantil	167
Anexo No. 7 Formulario RUC 01A.....	169
Anexo No. 8 Formulario RUC 01B.....	170

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento se encuentra enmarcado en el desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación de un Camposanto en la ciudad de Riobamba. Para esto, se tomó como punto de partida que los servicios prestados, van a ser dirigidos principalmente a las personas de estrato social medio ascendente hacia adelante, es decir el 35.9% de la población.

Con esta consideración se procede a la realización de una encuesta puerta a puerta, con el fin de obtener datos reales acerca de las necesidades de la población en cuanto a estos servicios, con lo que se determinó que el 62% es el mercado efectivo para el camposanto, lo que representa que la empresa captará el 22.25% de la demanda en la ciudad de Riobamba. Se determina también la competencia, y se observa que no existe competencia directa en el mercado, debido a que ninguna empresa brinda servicios exequiales y de inhumación en el mismo lugar, por lo que se ingresa al mercado como un producto innovador, lo que permite establecer nuevos precios.

El estudio técnico permite establecer el lugar idóneo para la implantación del negocio, pero debido a que la empresa cuenta con un terreno propio en un lugar ya establecido, lo que nos permite el estudio es determinar la distribución de los espacios en el camposanto.

Se realiza también el estudio administrativo legal, en el que se determina el tipo de empresa que se va a crear, y los requisitos necesarios para su puesta en marcha, además de establecer el orgánico funcional para la misma.

A través de la investigación de las necesidades, se establecen los equipos, materiales, maquinaria, y capital de trabajo para tres meses que se requiere para la puesta en marcha del proyecto, con lo que se determina una inversión inicial de 798.762,63

Con la evaluación financiera se obtiene un valor actual neto (VAN) de \$498.248,72 y una tasa interna de retorno (TIR) de 26%, la misma que es superior a la tasa de descuento con lo que se demuestra la viabilidad del proyecto.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se basa principalmente en una investigación de mercado, con el afán de determinar la factibilidad para la creación de un camposanto en el área urbana de la ciudad de Riobamba, que proporcione confort y tranquilidad a los usuarios en los momentos de dolor que se generan por la pérdida de un ser querido.

Esta investigación nace de la disponibilidad de un terreno que posee características topográficas perfectas para la implementación de un camposanto, para lo cual es necesario realizar un estudio en el que se determine la posible aceptación de los productos y servicios, determinar claramente la competencia; y con estos dos aspectos generar un panorama claro acerca de la demanda insatisfecha, y cual es la proporción de mercado que se va a lograr satisfacer.

La metodología utilizada para la elaboración del presente trabajo, fue la investigación en campo, se determinó una muestra de la población a la que se le realizó una encuesta, en la que se intentó recopilar la mayor cantidad de información posible, acerca de la aceptabilidad de un camposanto en la ciudad, las necesidades a cubrir y la competencia. Después de lo cual, se procede a la validación, depuración y procesamiento de la información, con lo que se genera el informe correspondiente, presentado en el cuerpo de la tesis.

En suma, el objetivo que se persigue es proporcionar a los hogares riobambeños un servicio integral, que no está limitado solamente a venta de unidades de enterramiento, sino que se amplía a las prestaciones de servicios funerarios, sirviéndose justamente de toda la capacidad operativa, la infraestructura y la selección de un personal profesional y especializado en esta actividad.

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO, ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA

1. Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos. (Emprendedores by WordPress, 2013). Por lo tanto el estudio de mercado como paso inicial en el estudio de factibilidad, dará un panorama claro, acerca de los potenciales clientes del camposanto, y el precio máximo que estarían dispuestos a pagar por los servicios y productos ofrecidos. Además el análisis de la oferta, permiten conocer la dinámica de la competencia directa para el proyecto.

1.1. Introducción al estudio de mercado

Los cementerios a través de las historia, son muestra de los cambios tradicionales y culturales que se han dado en cada época, el mismo que de alguna manera refleja a su modo el mundo.

Estos lugares no son únicamente herramientas de estudio sobre la muerte, sino también los fenómenos que se ocasionan a través de esta, tales como el comportamiento humano y su reacción frente a este hecho. Si establecemos un pequeño recorrido histórico podemos apreciar las diferencias y los cambios acaecidos.

En la cultura clásica la vida y la muerte tenían espacios claramente diferenciados. Las necrópolis¹ se situaban fuera de las ciudades pero no lejos, en lugares de paso, a lo largo de las carreteras evitando el olvido de los antepasados y propiciando, a la vez, la seguridad de estos espacios sagrados. Ésta cierta lejanía evitaba el riesgo de contagio de enfermedades que podían emanar de estos lugares infectos.

Este panorama se vio alterado con el cambio de mentalidad y de creencias. Con la llegada del cristianismo surgía la necesidad de inhumación cerca de lugares sagrados o personajes Santos. Así surgen las catacumbas, cavidades subterráneas en las cuales los cristianos perseguidos se hacían enterrar lejos de las necrópolis paganas. Estos hipogeos se polarizaban entorno a tumbas de santos o mártires de ahí nombres como, catacumba de San Calixto o de los Santos Pedro y Marcelino. Las tumbas en su mayoría estaban dotadas de inscripciones, decoraciones de significado cristiano o en los mejores casos, cuando el propietario se lo podía permitir, encargaba a algún tallista un sarcófago decorado mediante relieves o hacía pintar imágenes en el muro. De un modo u otro estas tumbas trasmitían el recuerdo del difunto a las generaciones siguientes, de ahí su nombre *monumentum*, de memoria, la tumba es memorial (Blasco, s/f)

1.2. Antecedentes en el Ecuador

Los primeros cementerios surgen poco después de las fundaciones de las ciudades y villas, en el siglo XVI, por parte de los españoles; su aparecimiento es paralelo al de los asentamientos urbanos, como respuesta a las concepciones socio-culturales de una comunidad.

En principios los cementerios se articulan a las iglesias, claustros y conventos de las principales localidades coloniales. Por lo general se enterraban en los muros perimetrales o en las criptas en los sótanos de las capillas, esta tradición de sepultar

¹ Cementerio de gran extensión en el que abundan los monumentos fúnebres. Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, <http://buscon.rae.es/draeI/>

en las iglesias se atribuye a la creencia de que mientras más pegado esté el cuerpo a la iglesia, el alma iba a subir directa al cielo.

A partir del siglo XVIII, por razones sanitarias y por la rápida saturación de los espacios, aparecen los primeros cementerios 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 período republicano, como causa de la revolución, se prevé la adopción de medidas de administración pública para regular y normar este tipo de proyectos en el país. (Haro, 2009)

Tomando en cuenta la connotación histórica que tiene un cementerio, se ve la necesidad de proporcionar a Riobamba un lugar que dé muestras del desarrollo de esta ciudad, el mismo que cumpla con las exigencias de la vida moderna, cuyo objetivo principal es facilitar a la ciudadanía riobambeña acceder a un servicio de enterramiento digno, cuando ocurriere el fallecimiento de un ser querido.

1.3. Sociología de la muerte

En los días que corren, parecen exacerbados los artilugios humanos para negar o, al menos, postergar la conciencia de la muerte. Las cirugías estéticas, las tinturas capilares, los tratamientos rejuvenecedores venden la ilusión del conjunto de la vejez y, por carácter transitivo, de la muerte.

El ser humano es el único animal que sabe que va a morir y es esa una vivencia difícilmente tolerable. La negación de la muerte también es notoria en Sigmund Freud, quien privilegió, por ejemplo, la angustia de castración por sobre la angustia de muerte. La posición de los ateos, descreídos del más allá, la expresó Nietzsche en varios textos, protestando de que postular “otra vida” es traicionar a “esta vida”, la única que tenemos. En la misma línea, Alain Badiou propone erradicar de la filosofía el motivo de la finitud y aceptar, con alegría y sin plantear trascendencias, lo que simplemente nos sucede: “Aquí es donde no se nos ha prometido nada excepto la

posibilidad de ser fieles a lo que nos sucede”. Lo cierto es que tememos lo que no conocemos y damos por sentado que es temible. A ello se resistía Sócrates: “Quizá la muerte sea la mayor bendición del ser humano –nadie lo sabe-, y sin embargo todo el mundo le teme como si supiera con absoluta certeza que es el peor de los males”.

Desde cualquier punto que se lo mire, la negación de la muerte es una empresa condenada al fracaso. Pero asumirla ayuda a darle un sentido más pleno a la vida, sea religioso o no. Una de las consecuencias dramáticas de no prepararse para la muerte es el derrumbe psicológico producido por la certeza o sospecha de sufrir una enfermedad. Eso mismo está en la base de esa difundida patología moderna que son los devastadores ataques de pánico. Decía San Agustín: “Comenzar a vivir en el cuerpo es estar en la muerte. El hombre no está nunca en la vida, aunque viva en el cuerpo, ya que es más bien un muriente que un viviente”. También Jorge Luís Borges se ocupó del tema en su poema Recoleta: “La muerte es vida vivida, / la vida es muerte que viene”. Se trata, entonces, de vivir con la conciencia de la propia muerte y lograr que esta vida que nos ha sido dada tenga un sentido, que justifique nuestra presencia en el mundo.

No es criticable seguir las modas del mercado, que sagazmente se aprovecha del humano deseo de inmortalidad borrando canas, arrugas y adiposidades, pero debe entenderse que éstas son señales que nos indican el paso del tiempo en nuestros cuerpos y, por ende, la mayor proximidad de la muerte. El mecanismo más humano para negar la muerte es la postergación. Es decir, dilatar decisiones, expresiones o placeres como si el tiempo fuera infinito y nosotros inmortales. Una de las perversiones de la vida moderna es la “muerte borrascosa”, como la llamó Phillipe Ariés. Es aquella en que nos extinguimos en ambientes médicos atravesados de cánulas, conectados a respiradores artificiales, sedados hasta la inconsciencia, nuestras existencias prolongadas que violentan el ciclo natural, para satisfacción de una ciencia cuya derrota ante la muerte será, de todas maneras inevitable. Lo contrario es la “muerte mansa”, la que sobreviene en el hogar, rodeados de parientes y amigos, “confirmatoria de los vínculos de solidaridad comunitaria y social, prevista con certidumbre y aceptada sin un miedo mutilador” (Daniel Callahan, s/f)

1.4. Factores que influyen en la necesidad de un estudio de factibilidad

- Aumento de población.
- Capacidad insuficiente de los actuales cementerios ya sean estos públicos, municipales, particulares o eclesiásticos.
- La seguridad de ofrecer el servicio con alta tecnología, de acuerdo con los requerimientos del público.
- El convertir a un lugar que estuvo alejado de los beneficios de preservación ecológica y ornamentación paisajística, en un Cementerio Jardín.
- Reincorporar el concepto familia, en una agrupación en la última morada.

1.5. Justificación del proyecto

Es importante señalar que en los momentos actuales, la totalidad de las organizaciones empresariales existentes en el país relacionadas con los camposantos y funerales, están dispuestas a proporcionar servicios funerarios y exequiales, que demuestran una especialización para ofrecer atención a personas que han perdido a un ser apreciado, percibiendo que en ese momento tan atormentado la parte financiera entra en un plano secundario.

Por consiguiente de acuerdo a la realidad observada en la ciudad de Riobamba, existe las posibilidades de constituir una empresa, para que entreguen este tipo de servicio de camposanto y funerales de calidad, la misma que permita tener una alternativa para entregar un servicio acorde a los requerimientos de la población.

En estas circunstancias, es trascendental la ejecución de este proyecto para que la empresa tenga la facilidad de suministrar una ayuda eficiente y logrando a que la población acepte un cambio de los niveles de cultura.

Por lo que se justifica técnicamente en proceder a implementar y desarrollar un camposanto, que permita que la población tenga este tipo de servicio, por cuanto en muchas de las ocasiones, se ven restringidos a tener acceso a esta prestación, por la

razón que en esta ciudad y provincia, no se dispone de estos tipos de asistencias especializadas para funerales y servicios exequiales.

1.6. Enfoque estratégico

Por las condiciones establecidas dentro de las perspectivas de fomentar un desarrollo de los camposantos especialmente en la provincia de Chimborazo, se ha considerado como la prioridad la ciudad de Riobamba por ser la capital, además de albergar el 49% (INEC, 2010) del total de la población de la provincia, por lo que se establece la necesidad de desplegar esta actividad conformando una empresa con inversionistas locales de tal forma que permita mejorar los servicios de funerales y lograr dinamizar las economías de inversión con el aporte financiero de la población que requiere de un servicio eficiente y de calidad.

1.7. Análisis del FODA

Es una herramienta que sirve para analizar la situación competitiva de una organización, e incluso de una nación. Su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes para así diseñar estrategias adecuadas, sobre la base del análisis del ambiente interno y externo que es inherente a cada organización.

Dentro de cada una de los ambientes (externo e interno) se analizan las principales variables que la afectan; en el ambiente externo encontramos las amenazas que son todas las variables negativas que afectan directa o indirectamente a la organización y además las oportunidades que nos señalan las variables externas positivas a nuestra organización. Dentro del ambiente interno encontramos las fortalezas que benefician a la organización y las debilidades, aquellos factores que menoscaban las potencialidades de la empresa.

La identificación de las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades, en una actividad común de las empresas, lo que suele ignorarse es que la combinación de estos factores puede recaer en el diseño de distintas estrategias o decisiones estratégicas.

Es útil considerar que el punto de partida de este modelo son las amenazas ya que en muchos casos las compañías proceden a la planeación estratégica como resultado de la percepción de crisis, problemas o amenazas. (Harold, 1998)

1.7.1. Fortalezas

- Mercado con poca competencia en esta clase de servicios.
- Buen nivel de infraestructura e instalaciones para atender la demanda.
- Excelente organización administrativa, operativa y logística.
- Mercado segmentado, se dirige a los productos a niveles socio-económicos medios y altos.
- Proceso de selección de RR.HH. calificados para poder atender con sensibilidad a los clientes.

1.7.2. Debilidades

- Inicio de la actividad, por lo tanto la empresa aún no es reconocida en el mercado.
- Desconocimiento de la estrategia efectiva para poder posicionarse en el mercado a corto plazo, en este negocio que es sensible para la población.
- Costos altos de inversión por lo que no se puede disminuir al límite los precios de venta.

1.7.3. Oportunidades

- Productos y servicios innovadores.
- Falta de competencia en el mercado interno lo que permite que aumente la demanda.
- Incremento del ingreso per cápita de la población, aumenta su capacidad para adquirir esta clase de productos y servicios.
- Productos y servicios enfocados a un nivel socio-económico alto el mismo que por el momento no tiene este tipo de servicios en la ciudad.

1.7.4. Amenazas

- Productos y servicios difíciles de vender en cuanto a la sensibilidad del tema.
- Los costos ofrecidos por la competencia de funerarias y servicios de inhumación son excesivamente bajos.
- Preferencias tradicionales por parte de las familias para llevar a cabo las honras fúnebres en lugares específicos.

1.8. Objetivo general

Determinar con claridad el comportamiento del mercado alrededor de los nuevos productos y servicios que el camposanto ofrecerá.

1.9. Objetivos específicos

- a) Determinar el mercado potencial que está dispuesto a adquirir un producto exequial en el Camposanto.
- b) Determinar qué tipo de producto exequial estará dispuesto a adquirir la mayoría de clientes potenciales.
- c) Establecer cuánto estará dispuesto a pagar el cliente por cada tipo de producto exequial de su preferencia.
- d) Conocer los productos y servicios exequiales, sus características, así como los precios que ofrece la competencia.
- e) Determinar la demanda insatisfecha en el mercado interno de la ciudad de Riobamba.

1.10. Determinación de la muestra

El área urbana de la ciudad de Riobamba de acuerdo al VII censo de población y VI de vivienda cuenta actualmente con 146,324 habitantes, para el año 2001 en la misma ciudad se registraba 124,807., teniendo así una tasa de crecimiento intercensal del 1.63%, además se registra una tasa de mortalidad al 2010 de 0.43%.

El país registra en promedio 3.78 integrantes por hogar, por lo cual para la ciudad de Riobamba obtenemos un total de 38,710 hogares.

De acuerdo a la encuesta de nivel socio-económico que realizó el INEC en el año 2010, el porcentaje de hogares que pertenecen a un nivel socio económico medio ascendente hacia arriba es de 35.9%, (INEC, 2010) esto quiere decir que el segmento al que el estudio se centrará es en este porcentaje de hogares, que es equivalente a 13,896 hogares de estrato social medio alto hacia arriba.

La fórmula para calcular el tamaño de la muestra es la siguiente:

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

Donde:

n = Representa el tamaño de la muestra que se desea obtener

pq = Varianza de la población, en la que p es igual a la proporción de respuestas en una categoría y q es igual a la proporción de respuestas en la otra categoría

E = Error muestral

Z = Correspondiente al nivel de confianza

N = Tamaño conocido de la población (Vallejo, 2011)

Para obtener la varianza de la población, se realiza una prueba piloto, escogiendo al azar a 30 personas de niveles socio-económicos medios y altos, para lo que se determinaron 3 sectores específicos de la ciudad, tales como las Acacias, los Álamos, las Abras. A las personas investigadas se les realizó la siguiente pregunta:

Pregunta prueba piloto ¿Cree usted que la ciudad de Riobamba requiere de un camposanto acorde a los cambios y necesidades de la sociedad actual?

Tabla 1

Necesidad de un camposanto en la ciudad de Riobamba

Respuestas	Total
SI	23
NO	7
	30

Fuente: La autora

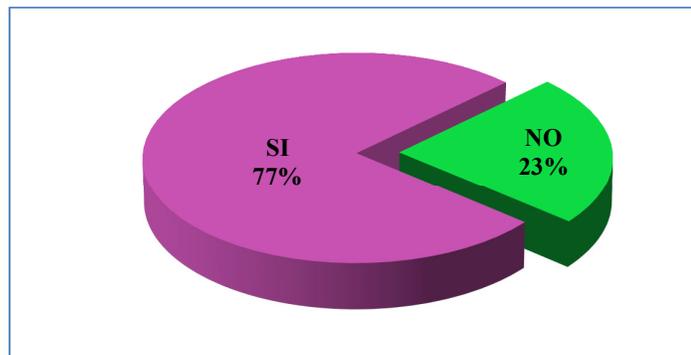


Figura 1. Distribución de aceptación del proyecto

Fuente: La autora

Partiendo de un nivel de confianza del 95%, se obtiene según la tabla de la curva normal, una desviación estándar en la distribución de 1.96, además como resultado de la prueba piloto, se obtuvo el valor p que corresponde a 0.77, todos estos insumos aplicados a una población 13.896 hogares, con lo que se calcula la muestra a investigar:

Reemplazo:

$$p= 0.77$$

$$q= 0.23$$

$$E= 0.07$$

$$Z= \text{Para un nivel de confianza de 95\%, } 1.96$$

$$N= 13,896$$

$$n = \frac{13,895}{1 + \left(\frac{0.07^2 * (13,895 - 1)}{1.96^2 * (0.77 * 0.23)} \right)} = 138$$

Obteniendo así para un total de 13,896 hogares, un tamaño de la muestra de 138 encuestas, se considerará como informante calificado a todos los jefes de hogar, debido a que son los que en su mayoría asumen y tienen conocimiento de los gastos realizados en el hogar.

1.10.1. Análisis de la demanda

En la ciudad de Riobamba la demanda de estos servicios están dados netamente por la necesidad presentada en el momento de la muerte de un ser querido, motivo por el cual se requiere de la contratación de los servicios exequiales y de inhumación.

El éxito de todo proyecto es que el servicio que se preste vaya destinado a los demandantes, es decir que exista por lo menos un segmento de la población consumidora del producto que se encuentre insatisfecha con el servicio actual. En este caso el servicio de camposanto no existe, por tanto se cubrirá la demanda insatisfecha, por lo que se considera que el proyecto no solo que será sustentable, sino que tendrá proyecciones certeras de un crecimiento sostenido.

La encuesta a ser utilizada de acuerdo al modelo establecido para la obtención de la información se detalla en el anexo No. 1

1.10.2. Resultados del levantamiento de la información en campo

A continuación se presenta los resultados obtenidos al haber realizado las 138 encuestas que se determinó como la muestra que se utilizó para conocer el comportamiento del mercado en la zona urbana de la ciudad de Riobamba para un nivel socio-económico medio y alto.

Pregunta N°1 ¿Considera que usted o su familia están preparados para resolver con tranquilidad todos los asuntos funerarios en caso de presentarse la pérdida de un ser querido?

Tabla 2

Población preparada para resolver asuntos funerarios

Respuestas	Total
SI	45
NO	93
	138

Fuente: La autora

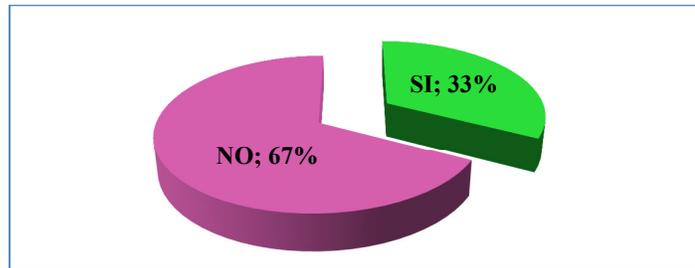


Figura 2 Distribución de población preparada para resolver asuntos funerarios

Fuente: La autora.

De acuerdo a la investigación la mayoría de las personas no están preparadas para afrontar con tranquilidad la muerte de un familiar, los mismos que representan el 67% de los cuales 49 son hombre y 44 mujeres. Apenas el 33% de las personas asumen que pueden afrontar con tranquilidad este hecho, de los cuales 25 son hombres y 20 mujeres.

Pregunta N°2. Si usted sufriría la pérdida de un ser querido, ¿en cuál de los siguientes sitios desearía que se realicen las honras fúnebres?

Tabla 3

Población por funeraria de preferencia

Respuestas	Total
Funeraria Mendoza	65
Funeraria Monte de los Olivos	53
Las Criptas de la Catedral	12
Senderos de Luz	8
	138

Fuente: La autora

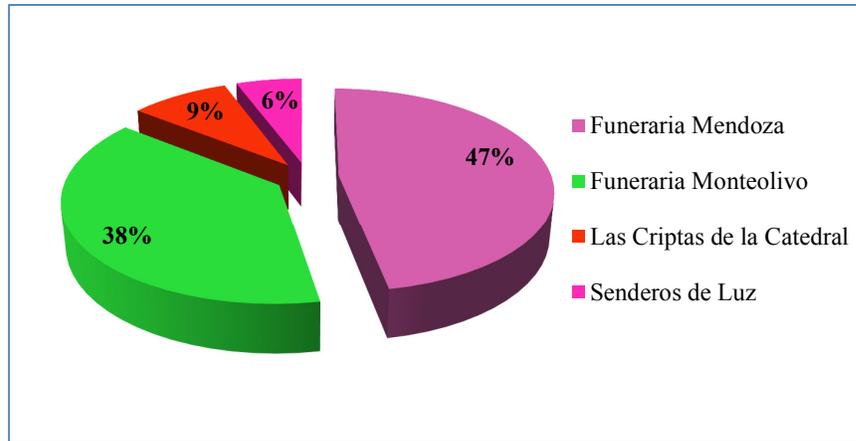


Figura 3. Distribución de preferencia de funerarias por la población

Fuente: La autora.

Las personas han demostrado su preferencia por la funeraria Mendoza con el 47%, seguido de la funeraria Monte de los Olivo con el 38%, las Criptas de la catedral con el 9% y la funeraria senderos de luz con el 6%.

Pregunta N°3. ¿Por cuál de los siguientes motivos seleccionó el sitio que mencionó en la pregunta anterior?

Tabla 4

Población por motivo de preferencia

Respuestas	Total
Por tradición	45
Inspira paz	43
Parece un jardín	9
Costos aceptables	41
	138

Fuente: La autora

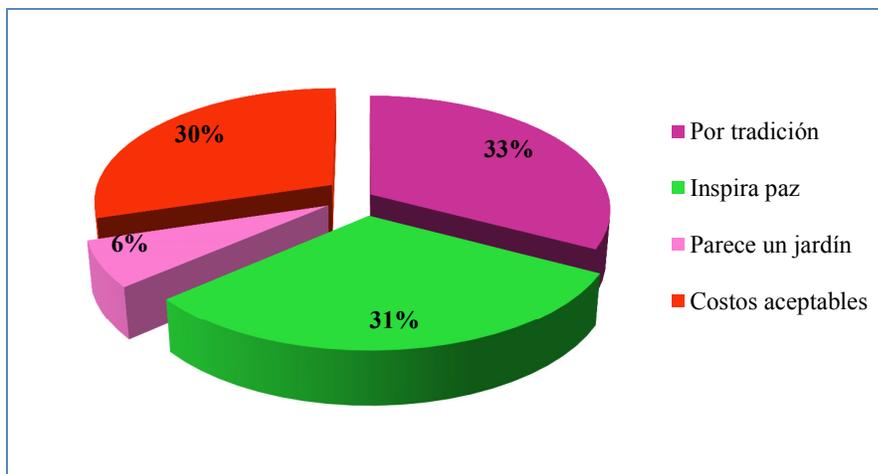


Figura 4. Distribución por motivo de preferencias

Fuente: La autora

Las personas demuestran que al momento de elegir un lugar para realizar las honras fúnebres de sus familiares, lo hacen principalmente por tradición con el 33%, que inspire paz con el 31%, que los costos sean aceptables con el 30% y que parece un jardín con apenas el 6%.

Pregunta N°4 ¿Cuál de los siguientes tipos de productos exequiales preferiría para su propio descanso y el de sus seres queridos?

Ver Tabla 5 y Figura 5. La población demuestra su preferencia por los nichos con el 54%, seguido de lotes de dos y tres cuerpos con el 24%, los panteones familiares representan el 18%, las parcelas, mausoleos, columbario y no contestan, representa el 4%.

Esta pregunta determina el tipo y número de productos de inhumación que se van a vender cada año, además de acuerdo a las preferencias del mercado se determina que no es viable destinar espacios para, parcelas, mausoleos y columbarios, debido a que el mercado no muestra interés en estos productos, por lo que se destinaría una mayor parte a nichos, que es el producto que sería mayormente adquirido.

Tabla 5

Población de tipos de servicios exequiales de preferencia

Respuestas	Total
Nichos	75
Lotes de dos y tres cuerpos	34
Panteones familiares	25
Parcelas	1
Mausoleos	1
No contestan	1
Columbarios	1
	138

Fuente: La autora

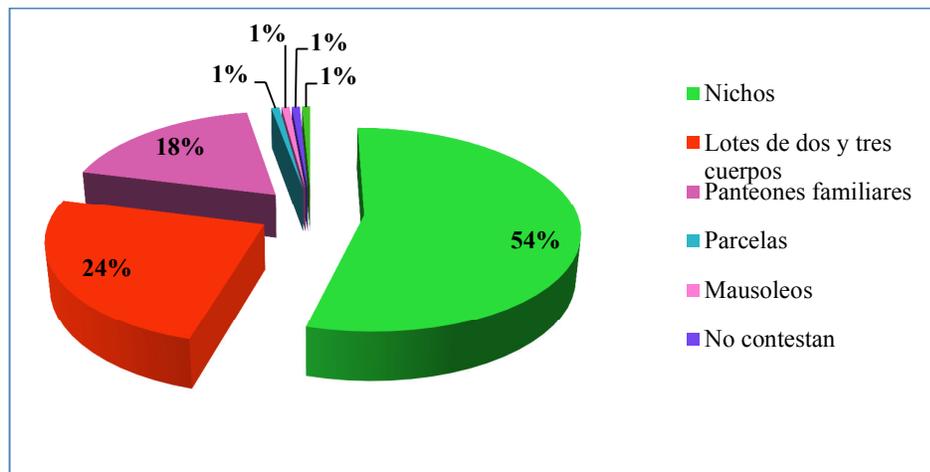


Figura 5 Distribución de productos exequiales preferenciales

Fuente: La autora

Pregunta N°5 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el tipo de producto exequial que escogió en la pregunta anterior?

Ver figura 6 y Tabla 6. El 62 % de las personas demuestran su interés por un costo que fluctúe entre 1,000 y 1,500 dólares, el 17% estaría dispuesto a pagar hasta 2,000 dólares, el 9% pagaría hasta 2,500, y 16 personas que representan el 12% estarían dispuestos a pagar entre 2,500 y 4,000 dólares.

Tabla 6

Monto que el cliente pagaría por el tipo de servicio exequial de su preferencia

Respuestas	Total
Entre \$1,000 y \$1,500	86
Entre \$1,501 y \$2,000	23
Entre \$2,001 y \$2,500	13
Entre \$2,501 y \$3,000	9
Entre \$3,001 y \$3,500	3
Entre \$3,501 y \$4,000	4
	138

Fuente: La autora

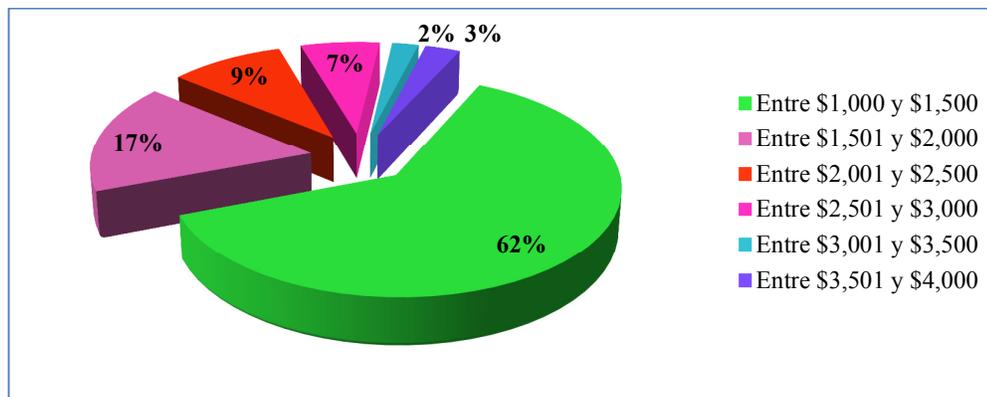


Figura 6 Distribución de montos máximos a pagar por servicio preferencial

Fuente: La autora

Pregunta N° 6 Si usted sufre la pérdida de un ser querido y si existiera un camposanto en la zona urbana de Riobamba, con ambiente lleno de jardines y áreas verdes, que ofrezca los siguientes productos y servicios exequiales:

Productos	Servicios
Nichos	Servicio de florería
Lotes de dos y tres cuerpos	Cofres y urnas
Panteones familiares	Servicio de autocarroza
Parcelas	Transporte para clientes
	Servicios religiosos
	Tanatopraxia
	Servicio de cremación
	Guardiania 24 horas

¿Usted estaría interesado en contratar con este camposanto para realizar en este sitio las honras fúnebres?

Tabla 7

Población dispuesta a contratar servicios del camposanto de acuerdo a las características ofrecidas

Respuestas	Total
SI	126
NO	12
	138

Fuente: La autora

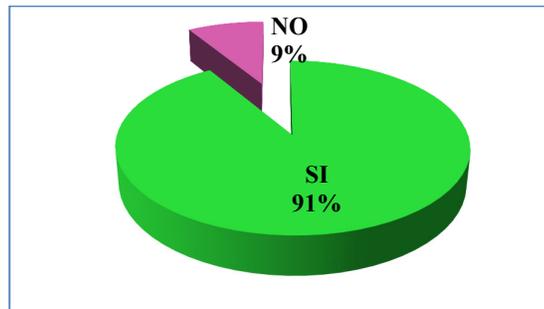


Figura 7 Distribución de población dispuesta contratar con el camposanto

Fuente: La autora

El 91% de la población muestra interés en contratar sin conocer el costo de un camposanto que ofrezca nuevas características no presentadas en la ciudad de Riobamba, apenas el 9% de la población no siente atracción por la nueva oferta.

Pregunta N°7 ¿Si el costo de las honras fúnebres estaría en un costo promedio de \$2.800, usted estaría dispuesto a contratar con este camposanto?

Ver figura 8 y tabla 8. Ésta pregunta fue realizada únicamente a las personas que respondieron SI en la pregunta 6. Después de conocer el posible costo de las honras fúnebres en este camposanto, el 68% de las personas se encuentran dispuestos a contratar estos servicios de los cuales 45 son hombres y 41 mujeres, y el 32% ya no se siente atraído por la oferta, de los cuales 21 son hombres y 19 mujeres.

Tabla 8

Población dispuesta a contratar de acuerdo a precio de venta referencial

Respuestas	Total
SI	86
NO	40
	126

Fuente: La autora

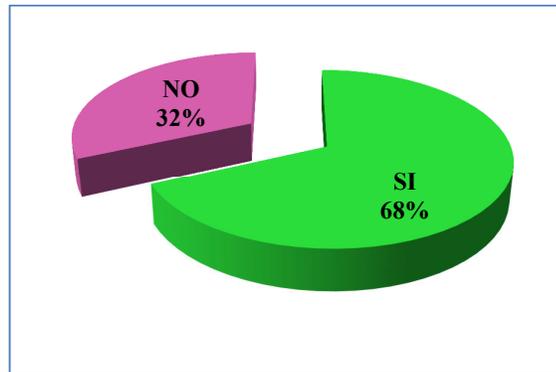


Figura 8. Distribución de población dispuesta a contratar de acuerdo a precio de venta referencial

Fuente: La autora

Pregunta N°8 ¿Por qué motivo no contrataría con este camposanto?

Tabla 9

Población por motivo que no contrataría con el camposanto

Respuestas	Total
Prefiere lo tradicional	7
No le llama la atención	4
No contesta	1
	12

Fuente: La autora

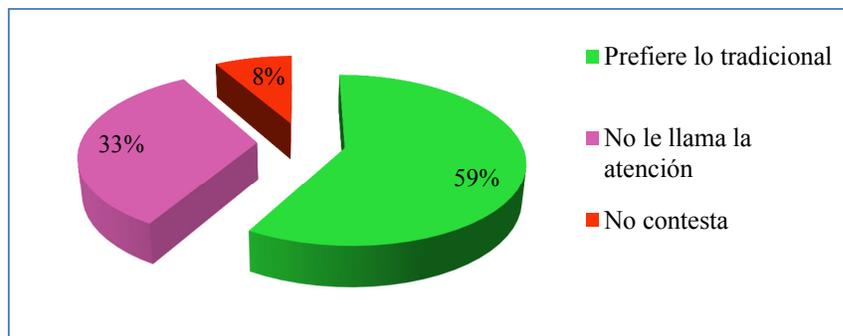


Figura 9. Distribución de motivos por los que no contratarían con el camposanto

Fuente: La autora

Esta pregunta fue realizada únicamente a las personas que respondieron NO en la pregunta 6. El principal motivo por el que las personas no contratarían con este camposanto se refiere a que prefieren lo tradicional el que representa el 59%, al 33% de las personas no les llama la atención, y el 8% no contestaron esta pregunta, lo cuál representan únicamente 1 persona.

Pregunta N°9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este contrato?

Ver Figura 10 y Tabla 10. Esta pregunta fue realizada únicamente a las personas que respondieron NO en la pregunta 7. El 47% de la población está dispuesta a pagar entre 500 y 1,000 dólares por los servicios prestados en este camposanto, el 45% de la población estaría dispuesta a pagar entre 1,001 y 1,500 dólares, 8% entre 1,501 y 2,000.

Tabla 10

Población por precio máximo de pago por servicios del camposanto

Respuestas	Total
Entre 500 y 1,000	19
Entre 1,001 y 1,500	18
Entre 1,501 y 2,000	3
	40

Fuente: La autora

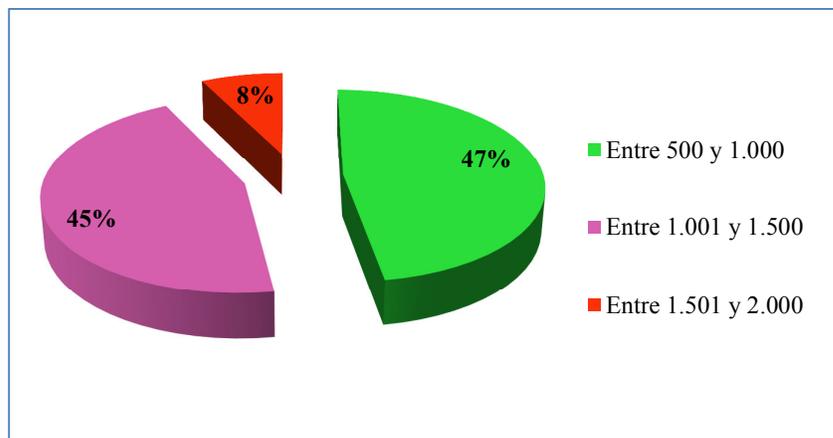


Figura 10. Distribución de pago máximo por contrato con el camposanto

Fuente: La autora

Pregunta N°10 ¿Qué le motivaría a adquirir un espacio de sepultura en este camposanto?

Tabla 11

Población por motivo de contratación con el camposanto

Respuestas	Total
Costo asequible	51
Los servicios	33
Variedad de productos exequiales	25
Parece moderno	21
Parece un jardín	8
	138

Fuente: La autora

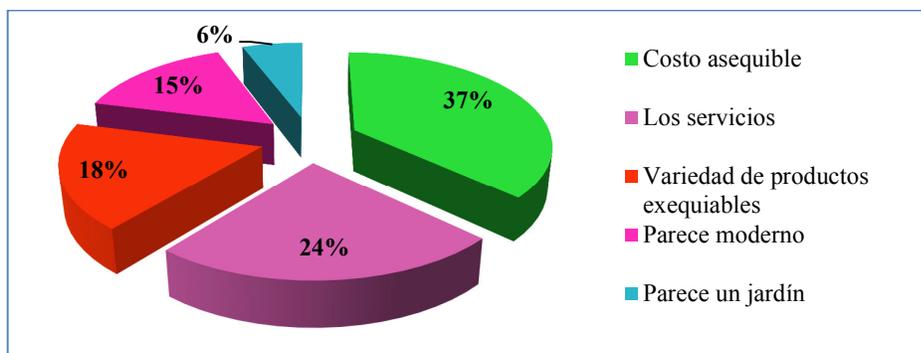


Figura 11. Distribución de motivos para contratar con el camposanto

Fuente: La autora

El 37% de las personas se interesarían a contratar con este camposanto por el costo que brindará el camposanto, el 24% por los servicios, el 18% se siente atraído por la variedad de productos exequiales, al 15% de las personas porque les parece moderno y al 6% les parece un jardín.

Pregunta N° 11 ¿De las características del camposanto que le mencioné, a su criterio debería tener alguna más?

Tabla 12

Necesidad de características adicionales para el camposanto

Respuestas	General
SI	82
NO	56
	138

Fuente: La autora

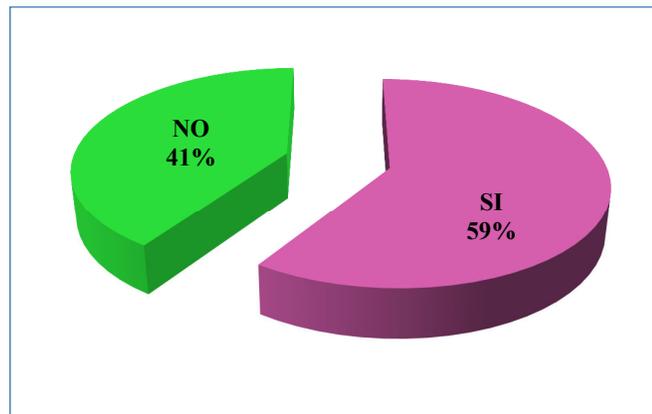


Figura 12. Distribución de criterio de necesidades adicionales para el camposanto

Fuente: La autora

El 59 % de las personas sugieren que el camposanto requiere características adicionales, al 41% de las personas les parece que no requieren características adicionales.

Pregunta N°12 ¿Cuál otra característica debería tener?

Tabla 13

Características adicionales necesarias para el camposanto

Respuestas	Total
Fácil acceso para personas discapacitadas	20
Información personalizada y permanente	17
Ambiente más relajado	15
Mayor seguridad	11
Servicio de cafetería	10
Suficientes parqueaderos	9
	82

Fuente: La autora

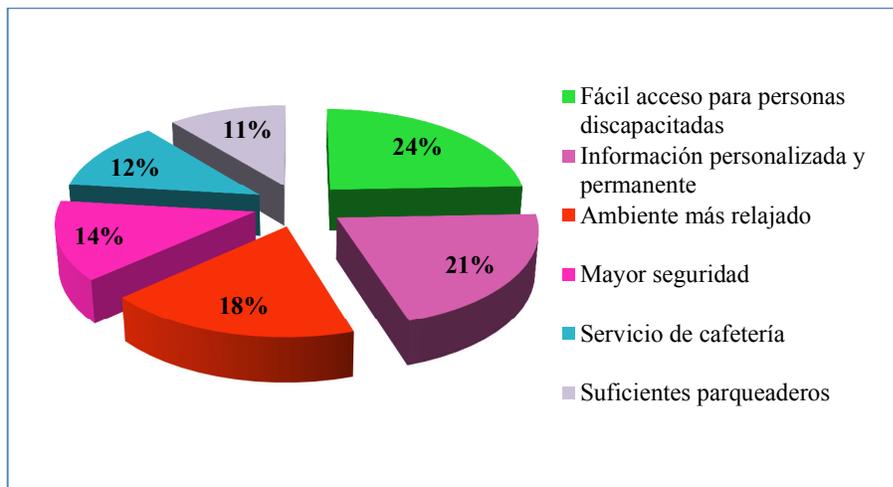


Figura 13 Distribución de características adicionales para el camposanto

Fuente: La autora

Esta pregunta fue realizada únicamente a las personas que respondieron SI en la pregunta 12. Al preguntar las características adicionales que requeriría el camposanto, el 24% responde que lo que se necesita es fácil acceso a discapacitados, las personas responden que requieren de información personalizada con el 21%, requiere un ambiente mas relajado, el 18%, mayor seguridad con un 14%, el 12% sugiere que necesita que servicios de cafetería, y que existan suficientes parqueaderos el 11%.

Pregunta N°13 ¿Cuándo requiera informarse sobre los productos y servicios exequiales que existen en el mercado, cuál es el medio que usted escogería?

Tabla 14

Medio en el que preferiría la población obtener información acerca del camposanto

Respuestas	Total
Internet	58
Funerarias	19
No contesta	11
Recomendaciones de amigos y familiares	25
Medios impresos	25
	138

Fuente: La autora

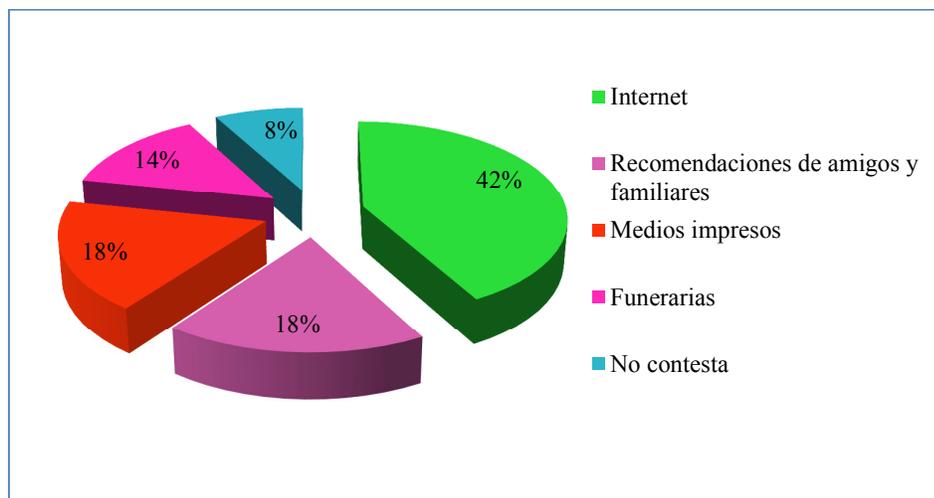


Figura 14 Distribución de medios de información de preferencia de la población

Fuente: La autora

La población demuestra que en la actualidad el medio preferido para obtener información es el internet con un 42%, las recomendaciones de amigos y familiares y los medio impresos con el 18% cada opción, el 14% le gustaría obtener información en las funerarias, el 8% no contesta esta pregunta.

1.11. Análisis de la oferta

En un sentido general, la oferta es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado. (Thompson, 2013)

El estudio de oferta tiene por objeto identificar la forma como sean atendido y como se atenderán en un futuro, las necesidades de la comunidad. No suele ser tarea fácil estimar, con algún grado de certeza, la oferta en un proyecto determinado, puesto que la información que interesa está en manos de la competencia, que por obvias razones no está interesada en divulgarla, ya que en algunas ocasiones se constituye en un arma poderosa para poder competir en el mercado; sin embargo, a través de algunos mecanismos indirectos de información global se podrá llegar a tener una idea aproximada del comportamiento de la oferta.

La oferta es también una variable que depende de otras, tales como: los costos y disponibilidades de insumos, las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, los precios de los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de la competencia, etc.

Un buen punto de partida puede ser observar el número de empresas que concurren al mercado, con el fin de inferir, en primera instancia el régimen del mismo, esto es, observar si se trata de un solo proveedor (monopolio), o por el contrario son varios (oligopolio) o muchos (competencia) los que atienden la demanda” (Sapag, 2004)

Para el análisis de la oferta se procedió a realizar entrevistas en cada una de las empresas que prestan servicios de inhumación y exequiales, que se encuentran en el área urbana de la ciudad de Riobamba, consideradas como competencia directa, debido a la captación de mercado de un estrato social medio alto hacia arriba, con lo que se presenta el detalle de la información obtenida.

Funeraria Monte de los Olivos

- Ubicación: España y Barón de Carondelet
- Servicios: Servicios funerales, trámites y cobro en el IESS
- Productos exequiales: Cofre, sala de velación, cafetería, flores, carroza y servicio religioso
- Precios por producto: \$690.00
- Precios por servicio: no tienen precios separados.

- Estrategias de venta: Trabajan con la compañía Consedexe, con quienes realizan planes preventivos. Consedexe oferta por \$1.25 mensual el servicio, y si el caso lo requiere puede hacer uso desde el primer mes de pago.
- Planes de financiamiento: No

1.11.1. Características Funeraria Monte de los Olivos

Tabla 15

Productos Funeraria Monte de los Olivos

Referencia de los Producto	
Espacios en jardín	No
Parcelas	No
Bóvedas o nichos	No
Columbarios	No
Osarios	No
Capillas mausoleo	No

Fuente: La autora

Tabla 16

Servicios Funeraria Monte de los Olivos

Referencia de los Servicios	
Servicios de florería	Si
Cofres	Si
Urnas	Si
Servicios de autocarroza	Si
Servicio de transporte para clientes	No
Servicios religiosos	Si
Tanatopraxia	Si
Servicios de cremación	Si lo ofertan, pero el servicio lo realiza en Quito o Ambato.

Fuente: La autora

Funeraria Mendoza

- Ubicación: España y Olmedo

- Servicios: Servicios funerales y tramitación en el IESS, ISFA, ISSPOL, Memorial y Jardines del Valle
- Productos exequiales: Cofre de madera, anuncio en televisión, prensa y radio, Sacerdote para officiar la misa, organista para la misa, formolización, tanatopraxia y autocarroza
- Precios por producto: \$700.00 (el valor varía según el tipo de cofre)
- Precios por servicio: no tienen precios separados, solo dan un valor general por todo el paquete.
- Estrategias de venta: No se cuenta con una estrategia de venta, la única publicidad es al momento de publicar los pates mortuorios.
- Planes de financiamiento: No cuenta con planes de financiamiento.

1.11.2. Características Funeraria Mendoza

Tabla 17

Productos Funeraria Mendoza

Referencia de los Producto	
Espacios en jardín	No
Parcelas	No
Bóvedas o nichos	No
Columbarios	No
Osarios	No
Capillas mausoleo	No

Fuente: La autora

Tabla 18

Servicios Funeraria Mendoza

Referencia de los Servicios	
Servicios de florería	No
Cofres	Si
Urnas	Si
Servicios de autocarroza	Si
Servicio de transporte para clientes	No
Servicios religiosos	Si
Tanatopraxia	Si
Servicios de cremación	Si

Fuente: La autora

Funeraria Senderos de Luz

- Ubicación: España y Chile
- Servicios: Servicios funerales y tramitación de fondo mortuario del IESS
- Productos exequiales: Cofre de madera, servicio religioso que consta de sacerdote y acompañamiento musical para la misa y 1 noche de uso de la sala, personal de cafetería, partes en radio, prensa y televisión según se convenga, autocarroza y lápida de mármol, formolización y tanatopraxia.
- Precios por producto: desde \$ 650.00 hasta \$ 980.00 (estos valores varían según el tipo de cofre, los días de velación y la extensión de los partes mortuarios)
- Precios por servicio: no tienen precios separados, solo dan un valor general por todo el paquete.
- Estrategias de venta: Hace aproximadamente 1 año hizo publicidad por televisión, en la actualidad no cuenta con ningún tipo de publicidad.
- Planes de financiamiento: Se encuentra en trámite los servicios para el cobro por medio de tarjetas de crédito.

1.11.3. Características funeraria Senderos de Luz

Tabla 19

Productos Funeraria Senderos de Luz

Referencia de los Producto	
Espacios en jardín	No
Parcelas	No
Bóvedas o nichos	No
Columbarios	No
Osarios	No
Capillas mausoleo	No

Fuente: La autora

Tabla 20

Servicios Funeraria Senderos de Luz

Referencia de los Servicios	
Servicios de florería	No
Cofres	Si
Urnas	Si
Servicios de autocarroza	Si
Servicio de transporte para clientes	Si
Servicios religiosos	Si
Tanatopraxia	Si
Servicios de cremación	Si, trabaja con una sala de velación de Ambato

Fuente: La autora

Criptas de la catedral

- Ubicación: Espejo y Orozco
- Servicios: Servicios de exhumación
- Productos exequiales: NO.
- Precios por producto: Tumba de cuerpo entero 800.00 por 6 años de uso del espacio, a partir del séptimo año se debe realizar un pago de 400.00 dólares anuales. (renta)
- Espacio para huesos se realiza un pago de 100.00 dólares anuales. (renta)
- Espacio para cenizas un único pago de 2,000.00 (venta)
- Precios por servicio: Servicio de misas de acuerdo a la solicitud de los deudos y el pago es de la donación voluntaria que se quiera hacer a la iglesia.
- Estrategias de venta: No existen estrategias de venta.
- Planes de financiamiento: No existen planes de financiamiento

1.11.4. Características Criptas de la Catedral

Tabla 21

Productos Criptas de la Catedral

Referencia de los Producto	
Espacios en jardín	No
Parcelas	No
Bóvedas o nichos	Si
Columbarios	No
Osarios	No
Capillas mausoleo	No

Fuente: La autora

Tabla 22

Servicios Criptas de la Catedral

Referencia de los Servicios	
Servicios de florería	No
Cofres	No
Urnas	No
Servicios de autocarroza	No
Servicio de transporte para clientes	No
Servicios religiosos	Si
Tanatopraxia	No
Servicios de cremación	No

Fuente: La autora

De acuerdo a la investigación realizada de la competencia existente en la ciudad de Riobamba se observa que para el camposanto no existe una competencia directa, es decir esta ciudad no dispone de un lugar que ofrezca la gran variedad de productos y servicio que ofrecería el camposanto, por lo cual se convierte en un producto innovador, se puede agregarle el hecho que el Cementerio General de Riobamba (municipal) ya no posee espacio suficiente para cubrir la demanda existente en la ciudad.

Por tanto se considera que actualmente existen las siguientes empresas: Funeraria Mendoza, Funeraria Monte de los Olivos, Funeraria Senderos de Luz, Criptas de la Catedral y el Cementerio General de Riobamba, las que se dedican a prestar servicios de exhumación y exequiales.

Las empresas mencionadas anteriormente representan la competencia en el mercado interno, ya que poseen ciertos productos y servicios de los que ofrece el camposanto, tales como servicios de exhumación en parcelas y nichos, y servicios exequiales como misas, tanatopraxia, auto carroza, cofre, urnas y florería.

Sin embargo cabe recalcar que ninguna otra empresa ofrece los servicios y productos integrales que ofrece el camposanto, es decir la comodidad de mantener en solo lugar el acceso a servicios exequiales y de inhumación , 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.

1.12. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha, es aquella diferencia originada entre la oferta y la demanda proyectada; en donde la demanda debe ser mayor que la oferta, razón por la que se ve la necesidad de crear el negocio. A pesar de la puesta en marcha del camposanto, siempre quedará una brecha de demandantes por satisfacer, no solo ante un crecimiento de la demanda o no crecimiento de la oferta, sino también por variedad de servicios.

Para obtener la demanda insatisfecha, durante los 10 primeros años de funcionamiento del camposanto, se toma en cuenta la población actual, la misma que se incrementa año tras año, considerando la tasa de crecimiento intercensal proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos. De la población obtenida, se calcula el número de fallecidos que se tendrá en cada período, utilizando la tasa de mortalidad proporcionada por el INEC. Debido a que el proyecto va dirigido a niveles socio-económicos medio y alto, se procede a calcular el número de personas fallecidas que pertenecerían a este grupo, es decir el 35.9% de la población, dato obtenido de la encuesta de estratificación proporcionada por el INEC. (INEC, 2010)

Y como paso final para determinar la demanda insatisfecha, se calcula el número de personas que se consideran el mercado objetivo, esto es el 62%, dato obtenido de la encuesta realizada en la ciudad de Riobamba a las personas de estrato social medio ascendente hacia arriba, para el proyecto del Camposanto. Este 62% hace referencia a las personas que respondieron que SÍ estarían dispuestas a contratar con el camposanto, después de conocer el posible precio (\$2.500,00).

Tabla 23

Determinación demanda insatisfecha

Años	Población actual (tasa de crecimiento 1.63%)	Mortalidad 0.43%	Niveles socio económicos 35.9%	Demanda Insatisfecha
				Mercado efectivo 62%
2012	146,324	629	226	140
2013	148,709	639	230	142
2014	151,133	650	233	145
2015	153,597	660	237	147
2016	156,100	671	241	149
2017	158,645	682	245	152
2018	161,230	693	249	154
2019	163,859	705	253	157
2020	166,529	716	257	159
2021	169,244	728	261	162
2022	172,003	740	266	165

Fuente: La autora

El camposanto captará el 22.25% de la demanda.

1.13. Producto

Estos servicios de camposanto y funerarios 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.

1.13.1. Detalle de productos y servicios

Oferta Tipo A

- Traslado del cuerpo desde el lugar del fallecimiento hasta la sala de velación y de ahí el traslado hasta el lugar donde será depositado el cuerpo.
- Obituario (Publicación en el medio impreso de mayor circulación de la ciudad de Riobamba en un octavo de página, el precio variaría si los deudos requieren de un espacio mas grande).
- Tanatopraxia.
- Cofre de excelente calidad con acabados de primera.



Figura 15. Cofre de madera línea europea

Fuente: Catálogo de productos de Funeraria Nacional

- Sala de velación VIP por 36 horas (De acuerdo a la tradición de las familias en Riobamba se acostumbra a velar por lo menos por un día y medio, muchas veces se realizan velaciones de 2 días y medio).
- Dos arreglos florales a elección de los deudos. Ver figura 16



Figura 16. Arreglos florales oferta A

Fuente: Floristería las orquídeas

- Cafetería (Sanduches mixtos, caramelos de primera calidad, galletas, estación permanente de agua purificada, café, aguas aromáticas).
- Misa de cuerpo presente, misa al mes de fallecido y misa de un año.
- Acompañamiento musical con cantante.
- Espacio en el lugar que prefiera del camposanto (nichos, parcelas familiares, lotes de dos y tres cuerpos) incluye lápida y grabado con nombres y fechas, todas las lápidas serán acordes a las especificaciones emitidas por la administración del camposanto.

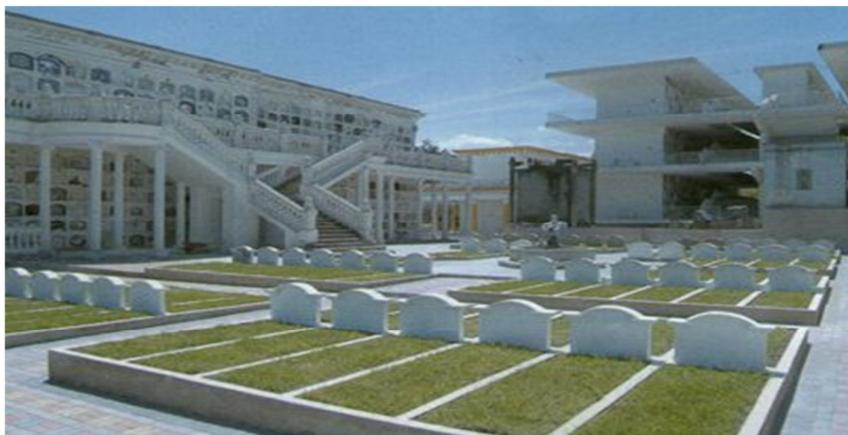


Figura 17. Espacios de sepultamiento camposanto

Fuente: Catálogo de productos funeraria Nacional

Oferta Tipo B

- Traslado del cuerpo desde el lugar del fallecimiento hasta la sala de velación y de ahí el traslado hasta el lugar donde descansará el cuerpo.

- Obituario (Publicación en el medio impreso de mayor circulación de la ciudad de Riobamba en un octavo de página, el precio variaría si los deudos requieren de un espacio mas grande).
- Tanatopraxia.
- Cofre de excelente calidad.



Figura 18. Cofre de madera oferta B

Fuente: Catálogo de productos funeraria Nacional

- Sala de velación por 36 horas (De acuerdo a la tradición de las familias en Riobamba se acostumbra a velar por lo menos por un día y medio, muchas veces se realizan velaciones de 2 días y medio).
- Cafetería (caramelos de primera calidad, galletas, estación permanente de agua purificada, café y aguas aromáticas).
- Misa de cuerpo presente, misa al mes de fallecido.
- Espacio en el lugar que prefiera del camposanto (nichos en los niveles 2 y 3, lotes de dos y tres cuerpos) incluye lápida y grabado de nombres y fechas, todas las lápidas serán acordes a las especificaciones emitidas por la administración del camposanto.
- Tanatopraxia.
- Dos arreglos florales con 25 rosas rojas cada uno.



Figura 19. Arreglo floral oferta B

Fuente: Floristería las orquídeas

Oferta Tipo C

- Cofre de excelente calidad.



Figura 20. Cofre de madera oferta C

Fuente: Catálogo de productos funeraria Nacional

- Sala de velación por 36 horas.
- Dos arreglos florales con 12 rosas rojas cada uno. (Ver Figura 21)



Figura 21. Arreglo floral oferta C

Fuente: Floristería las orquídeas

- Cafetería (caramelos, galletas, estación permanente de agua purificada, café y aguas aromáticas).
- Misa de cuerpo presente.
- Espacio en el lugar que prefiera del camposanto (nichos nivel 4 y 5, lotes de dos cuerpos) incluye lápida y grabado de nombres y fechas, todas las lápidas serán acordes a las especificaciones emitidas por la administración del camposanto.

1.14. Precio

Considerando que el 62% del mercado efectivo estaría dispuesto a pagar 2.500 dólares, es factible mantener este precio, pese a que se pueden crear productos con precios inferiores y superiores lo que permitiría captar mayor proporción del mercado, dependiendo de las necesidades y expectativas de cada cliente.

Tomando en cuenta los precios bajos que ofrece la competencia sobre los servicios funerarios, se podría disminuir la cantidad de servicios (cafetería, florería) y acoplarse a los precios de la competencia en cuestión de funerarias; por los servicios de exhumación se ingresaría al mercado con precios nuevos debido a que no existe un camposanto en la ciudad por lo tanto las personas no tienen un referente del costo por este producto.

1.15. Análisis de comercialización.

La comercialización de los servicios de camposanto en la ciudad de Riobamba, son un reflejo de lo que acontece a nivel nacional, las tarifas que se proponen en general son convenientes, han sido fijadas por la competencia, y la experiencia de las personas en constituir esta empresa que conocen de ésta actividad, los precios de los servicios del camposanto, de la misma forma serán los fijados por la competencia.

De tal forma que los funerales y exequiales, serán aquellos fijados por el mercado. A través del mecanismo de fijación de precios lo que se pretende es infundir una cultura de aceptación de este tipo de servicios, que además de una adecuada atención el cliente, los precios que se le cobre por el servicio deben ser reales, sin afectar a la economía de los usuarios, que no están dispuestos bajo ninguna circunstancia a pagar precios mayores a los establecidos por el mercado.

1.16. Estrategias de mercadeo

En cuanto a la sensibilidad del tema en la población es importante manejar canales de comunicación amables y agradables para el público objetivo, lo principal es posicionarse en la mente de nuestros posibles clientes como la mejor opción para su descanso propio o el de sus seres queridos, por eso es que no debe ser una campaña agresiva en medios, sino 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.

1.16.1. Publicidad impresa.

- Lograr que el momento de la inauguración del camposanto se tenga varios reportajes en los periódicos de mayor circulación de la ciudad de Riobamba con el afán de generar el conocimiento de los servicios y productos en la población, sin que necesariamente se contrate al inicio espacios publicitarios impresos.

- Distribución de hojas volantes, dípticos o trípticos en donde no solamente se ofrezca el producto, sino también se llegue a la población con mensajes de paz y resignación en cuanto a la muerte de un ser querido se refiere.
- Ligeros espacios publicitarios en los periódicos de mayor circulación de la ciudad de Riobamba.
- Una valla publicitaria en la ciudad, una cerca del camposanto, con el fin de captar la atención de las personas al momento de transitar cerca del camposanto.
- Al momento de publicar los obituarios se lo debe hacer con el sello del camposanto para que se genere un posicionamiento de la marca en las personas que lean el parte mortuario.

1.16.2. Publicidad gráfica, web y multimedia

- Diseño de una página web amigable con el cliente, fácil de acceder, fácil de manejar y sobre todo que sea útil para la población, en la misma que se deberá proporcionar los costos mínimos de cada producto y servicio, con lo que se busca llamar la atención del cliente y sienta la necesidad de acudir al lugar a conocer y obtener mayor información.
- Video multimedia cargado en la web que permita conocer un poco de las instalaciones y los servicios que se ofrece.

CAPÍTULO II

ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

2. Estudio técnico

Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

Una de las conclusiones de este estudio es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto, además se determinan los equipos para la operación y el monto de inversión correspondiente. (Sapag, 2004)

2.1. Objetivos

- Establecer el tamaño del proyecto en base al estudio de mercado.
- Determinar la localización del camposanto en la ciudad de Riobamba.
- Instaurar la ingeniería del proyecto mediante la disponibilidad insumos necesarios dentro del camposanto, diseño y ejecución de la obra civil en base al plano de implantación y valoración de costos de inversión.

2.2. Delimitación del tamaño y localización del proyecto

2.2.1. Factores que determinan el tamaño del proyecto

Con base al estudio de mercado, de acuerdo a la oferta y demanda proyectada, se determinó la demanda insatisfecha de los servicios de camposanto para la población de la ciudad de Riobamba, a fin de entregar un servicio eficiente y con características de un desarrollo sustentable la ciudad de Riobamba.

Es necesario señalar, que dadas las características que presenta la ciudad de Riobamba, y al existir disponibilidad de suelo para implementar el camposanto se ha

previsto desarrollar el proyecto con área total de 6,035.85 m^2 , mismo que estará dado de acuerdo a la siguiente infraestructura:

Tabla 24

Áreas ocupadas por el camposanto

CUADRO DE ÁREAS Y COSTOS			
Detalle	M2	Costo por M2	Costo total
Área 55 parqueos	690.26	14.00	9,663.64
Circulación vehicular	752.13	14.00	10,529.82
Área Nichos	1,084.25	80.00	86,740.00
Administración	60	220.00	13,200.00
Fosas	634.01	5.00	3,170.05
Capilla-salas de velaciones	358.38	240.00	86,011.20
Áreas verdes - caminería	2,446.82	5.00	12,234.10
Guardiania	10	180.00	1,800.00
Obras de infraestructura	6,035.85	15.00	90,537.75
TOTAL COSTOS DE CONSTRUCCIÓN			313,886.56

Fuente: Arq. Marcía Chávez

2.2.2. Localización del camposanto

Riobamba, ciudad del centro de Ecuador, capital de la provincia de Chimborazo. Se levanta en el valle que forma el río Chambo y de las vertientes internas de las cordilleras Oriental y Occidental de Los Andes en donde se localiza el nevado más alto llamado Chimborazo. La ciudad de Riobamba está ubicada a 2,754 metros sobre el nivel del mar. La temperatura promedio es de 14° C. Las más altas temperaturas registradas corresponden al mediodía con 23° C. su ubicación está determinada en el lugar donde está la llanura Tapi, sobre la cual se levanta la ciudad Riobamba se encuentra dividida en 28 zonas.

El cantón Riobamba está limitado al Norte por los cantones Guano y Penipe; al Sur por: Los cantones Colta y Guamote; al Este por el cantón Chambo y la provincia de Morona Santiago; y, al Oeste por la provincias de Bolívar.

Es un importante centro ganadero, unido a Quito y a Guayaquil por ferrocarril y carretera. También produce textiles, artículos de piel, productos lácteos y artesanales.

Tiene un pintoresco y colorido mercado indígena. Cuenta con una escuela politécnica de nivel universitario, creada en 1969. Riobamba fue fundada hacia el año 1534. En 1797 fue destruida por un terremoto y se reconstruyó a 14 km de su ubicación original. (I. Municipio de Riobamba, 2010)

El cantón de Riobamba es uno de los 10 cantones de la Provincia de Chimborazo. La misma que cuenta con cinco parroquias urbanas: Lizarzaburu, Maldonado, Velasco, Veloz y Yaruquies y 11 parroquias rurales: Cacha, Calpi, Cubijies, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Químiag, San Juan y San Luis.

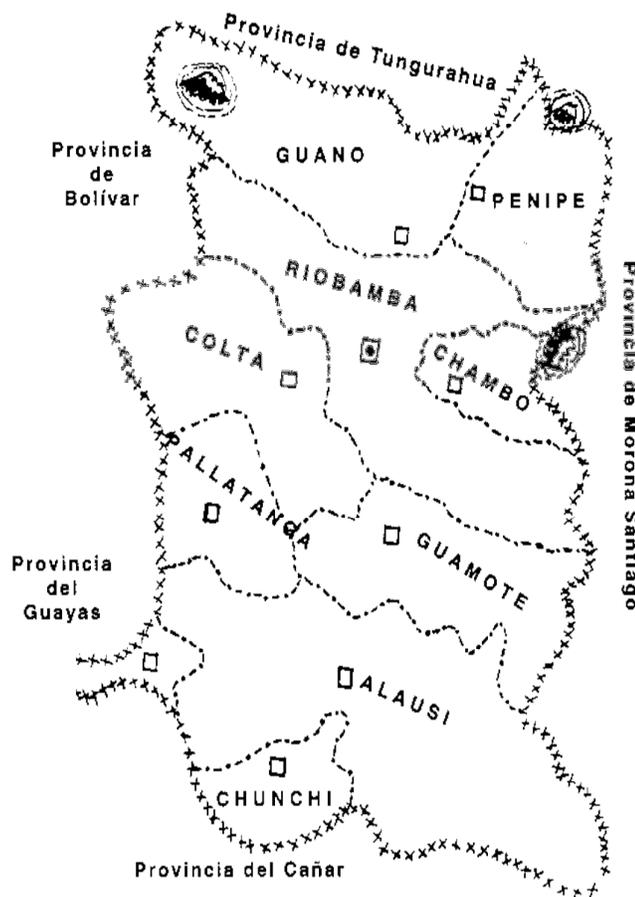


Figura 22. Mapa político de la provincia de Chimborazo

Fuente: (Mapas de Ecuador y sus provincias)

Tabla 25

Factores de rentabilidad por localización

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	FACTORES DECISIVOS 66%	1.1	Existencia de vías de comunicación.
		1.2	Seguridad de conducción.
		1.3	Distancia que separa de los centros urbanos mayores y el tiempo para llegar a ellos.
		1.4	Disponibilidad de Agua.
		1.5	Disponibilidad de energía.
		1.6	Disponibilidad de líneas telefónicas.
		1.7	Disponibilidad de terrenos.
		1.8	Calidad de desarrollos circunvecinos.
	FACTORES IMPORTANTES 28%	2.1	Condiciones sociales.
		2.2	Condiciones de salubridad.
		2.3	Proximidad a las vías principales.
		2.4	Costo del terreno.
	FACTORES DESEABLES 16%	3.1	Condiciones del subsuelo.
		3.2	Topografía.
		3.3	Disponibilidad de materiales y mano de obra.
		3.4	Condiciones meteorológicas.
		3.5	Facilidad de desagües.

Fuente: Arq. Marcía Chávez

2.3. Macro localización

Por las características de la zona y de acuerdo a lo establecido por el proyecto tendrá la siguiente ubicación:

País: Ecuador

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Parroquia: Licán

Mapa de ubicación del camposanto

Es de fácil acceso desde cualquier punto de la ciudad, además que cuenta con varias líneas de transporte público que facilitan su llegada.

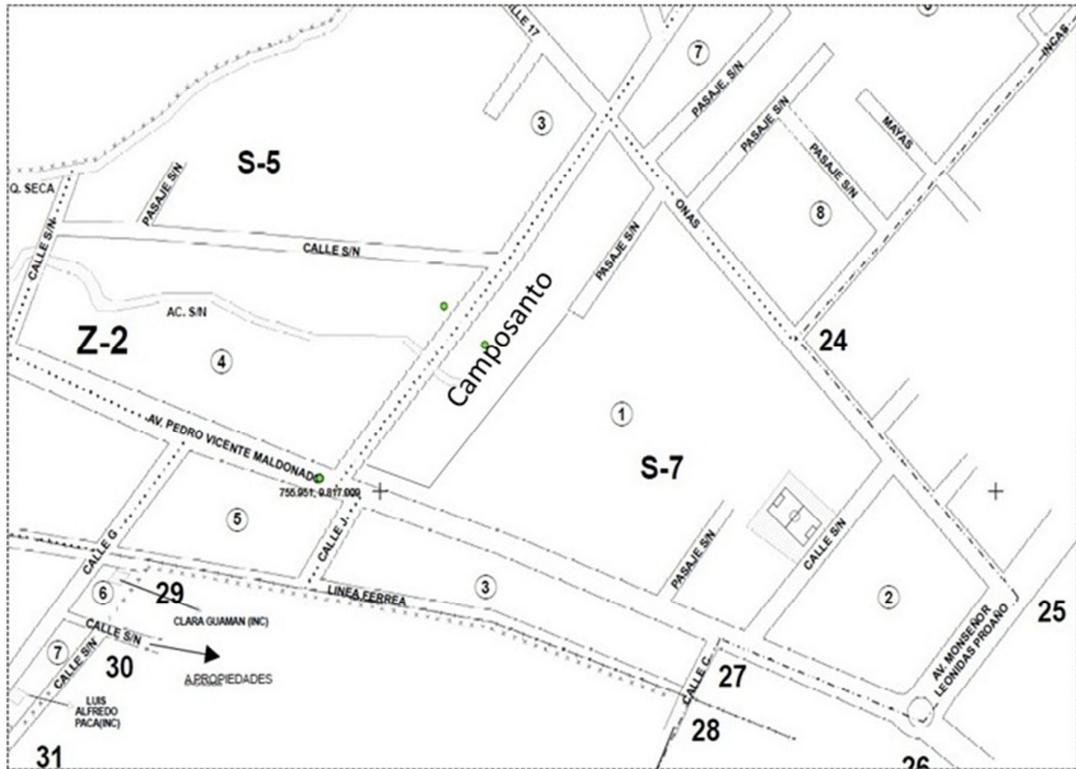


Figura 23. Ubicación geo-referenciada del camposanto

Fuente: Cartografía digital, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2012

2.4. 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 de la ciudad de Riobamba, lo que permitirá prestar servicios acorde a los requerimientos de la población.

2.5. Localización óptima del proyecto

Debido a que dos de los accionistas del camposanto poseen un terreno ubicado en la ciudad de Riobamba, parroquia Licán, 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.

2.6. Ingeniería del proyecto

Por las características de la zona y de acuerdo a lo establecido por la empresa que construirá el camposanto, se pretende establecer los criterios técnicos de las obras civiles y conservación del medio ambiente con las acciones que deben llevar adelante como son:

Fase uno: Se implantará el diseño de las construcciones con sus respectivos planos en la que conste todos los servicios en base al diseño establecido para este tipo de proyectos que deben ser aprobados por la Ilustre Municipalidad de Riobamba

Fase dos: Una vez aprobado los respectivos diseños se procederá a elaborar el proyecto de acuerdo a lo solicitado por la Ilustre Municipalidad de Riobamba, con la finalidad que sea aprobado el diseño con su respectivo financiamiento para posteriormente con base al consentimiento del departamento técnico se ejecutará la obra mediante un cronograma de obra para lo cual se establece los siguientes proceso de construcción.

2.7. Descripción del proyecto

2.7.1. Análisis arquitectónico

Lote de terreno

Se cuenta con un terreno con una extensión de 6,035.85 metros cuadrados, es una superficie plana, por lo que no se requiere tratamiento previo para la nivelación del terreno.

Área de estacionamientos y área de circulación vehicular

Sabiendo que de acuerdo al estudio de mercado unos de los principales problemas es el servicio de estacionamiento en funerarias y cementerio, el camposanto destina un área de 690.26 metros cuadrados para disposición de estacionamiento, contando con alrededor de 55 espacios de parqueo.

Para el área de circulación vehicular se tiene dispuesto 762.13 metros cuadrados, el mismo que brinda la facilidad de movilización dentro del camposanto. (Chávez, 2011)

Edificio administrativo

Este edificio está dispuesto para la atención al cliente así como para la firma de contratos e información en general, para esto se dispone de un área de 60 metros cuadrados, el edificio tendrá todos los servicios básicos necesarios para el adecuado trabajo del personal. (Chávez, 2011)

Capilla y salas de velaciones

La idea es contar con dos salas de velaciones, una con un aforo aproximado de 70 personas, la misma que cuenta con las debidas instalaciones sanitarias, área de cafetería y cocina.

La segunda sala de velación tendrá un aforo de 100 personas, con instalaciones sanitarias, cafetería y cocina.

La capilla tiene un aforo de 100 personas, de igual manera contará con sus debidas instalaciones sanitarias. El área destinada es de 358.38 metros cuadrados. (Chávez, 2011)

Guardianía

Con el afán de mantener la seguridad de las personas que se encuentren dentro del camposanto, se dispone a la entrada un área de guardianía las 24 horas, la cual cuenta con su respectiva instalación sanitaria. Para esto se dispone de un área de 10 metros cuadrados. (Chávez, 2011)

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 deudos, para esto se cuenta con un área de 2,436.82 metros cuadrados, el cual dará el toque de paz que requiere un camposanto. (Chávez, 2011)

Área de nichos

Para esto se contará con un área de 1084.25 metros cuadrados, se agrupan en edificios de acuerdo a cinco niveles y su ubicación dentro de cada sector se hace, en todos los casos, persiguiendo siempre que su integración en el entorno sea lo menos traumática posible.

Los nichos son edificaciones con espacios adecuados para dar cabida al sepultamiento de un cadáver, con dimensiones aproximadas de 0.75 mts de alto, por 1.00 mts de ancho y 2.70 mts de profundidad, dispone de una lápida de granito en la que se grabará la leyenda correspondiente.

Los nichos están contruidos en hormigón y están sellados después de la inhumación herméticamente; cuentan con un sistema de drenaje mediante una arqueta, a 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. (Chávez, 2011)

Panteones familiares y lotes de dos y tres cuerpos

Los lotes de dos y tres cuerpos y los panteones familiares, son espacios de sepultamiento en tierra, que tienen un área de 1.00 metros de ancho y 2.8 metros de largo, contemplando para esto 10 cm de espacio entre cada fosa.

La diferencia entre estos dos productos es que los panteones familiares, podrán ser adquiridos con anticipación, hasta un grupo de 3 fosas seguidas, para que en su momento puedan ser enterrados todos los familiares juntos, estos lotes pueden ser de 2 y 3 cuerpos también.

Los lotes de dos y tres cuerpos serán adquiridos el momento en el que se suscite la necesidad sin que el camposanto tenga la responsabilidad de reservar fosas continuas para futuros familiares. (Chávez, 2011)

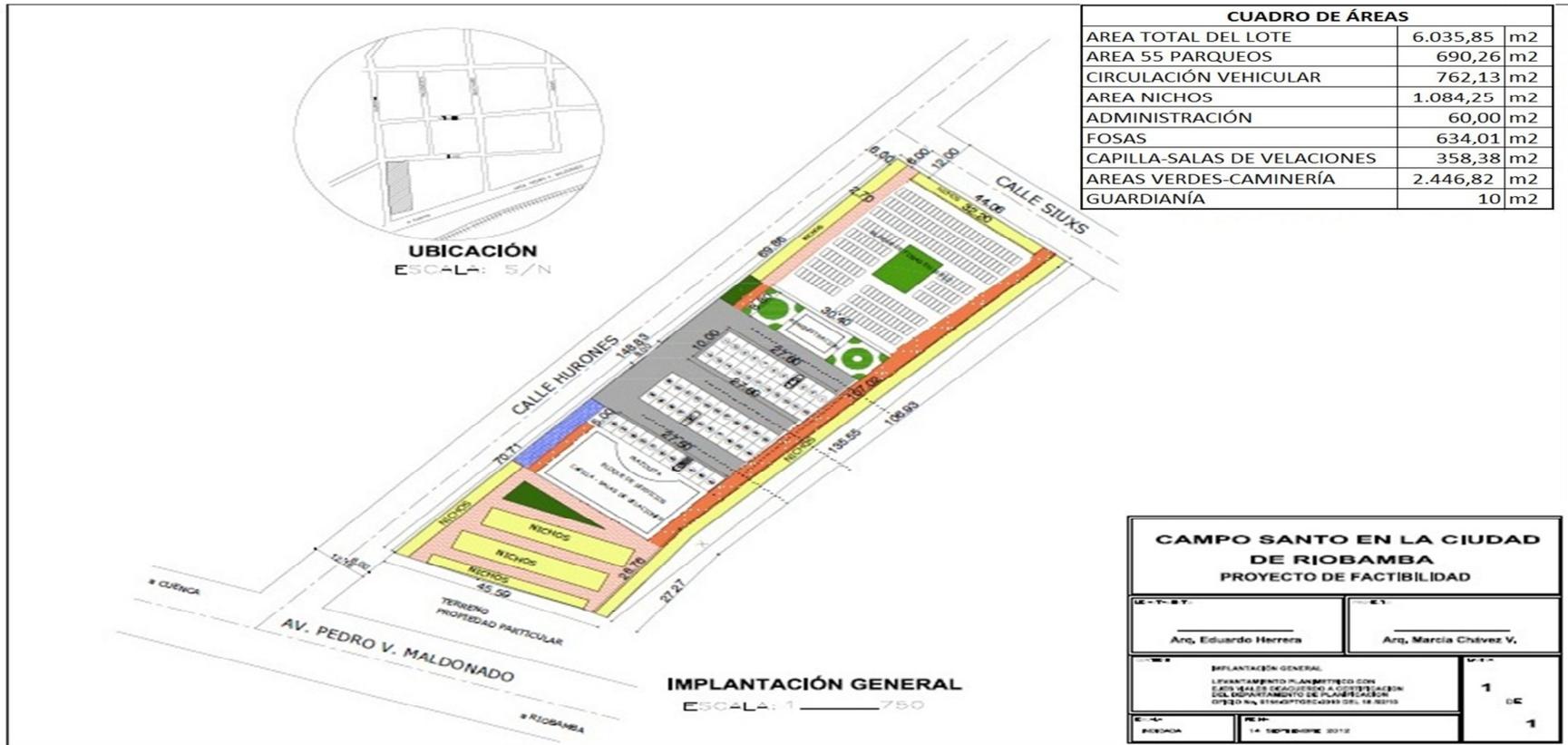


Figura 23. Diseño arquitectónico del camposanto

Fuente: Arq. Marcia Chávez

CAPÍTULO III

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

3. Estudio organizacional y legal

Con el fin de conocer la organización de la empresa, sus funciones, y su constitución legal, se procede a la realización del estudio organizacional y legal.

3.1. Objetivos

- Determinar el tipo de empresa a implantarse y su normativa legal.
- Determinar su estructura organizacional.

3.2. La empresa

La unidad económica fundamental del régimen capitalista de producción es la empresa, la cual se encarga de generar los bienes y servicios que demanda la población con carácter lucrativo o no lucrativo, en el ámbito privado o estatal, así la empresa para su adecuado funcionamiento requiere de varias áreas de actividad, que son: finanzas, producción, mercadotecnia y recursos humanos.

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene como objetivo obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital). (WordPress, 2012)

3.2.1. Clasificación de la empresa

- **Por sectores económicos**

Mineras o extractivas: Dedicadas a explotar recursos naturales

Servicios: Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad.

Comercial: Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.

Agropecuaria: Explotación del campo y sus recursos.

Industrial: Transforma la materia prima en un producto terminado.

Financieras: Se dedican a la captación de dinero de los ciudadanos para luego negociarlo a valor futuro

- **Por su tamaño**

Grande: Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.

Mediana: Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.

Pequeñas: Se dividen a su vez en.

- ✓ **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
- ✓ **Micro:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).
- ✓ **Famiempresa:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

- **Por el origen del capital**

Público: Su capital proviene del Estado o Gobierno.

Privado: Son aquellas en que el capital proviene de particulares.

Economía mixta: El capital proviene una parte del Estado y la otra de particulares.

- **Por la explotación y conformación de su capital**

Multinacionales: En su gran mayoría el capital es extranjero y explotan la actividad en diferentes países del mundo (globalización).

Grupos económicos: Estas empresas explotan uno o varios sectores pero pertenecen al mismo grupo de personas o dueños.

Nacionales: El radio de atención es dentro del país normalmente tienen su principal en una ciudad y sucursales en otras.

Locales: Son aquellas en que su radio de atención es dentro de la misma localidad. (WordPress, 2012)

- **Por el pago de impuestos**

Régimen Impositivo Simplificado

El RISE es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país. Los requisitos para acceder al pago de impuesto por el Régimen Impositivo Simplificado es:

- Ser persona natural.
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia que no supere por este concepto los USD 7,850 al año.

- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas.
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

El RISE establece el pago de una cuota que sustituye la declaración y pago del Impuesto a la Renta e IVA en un período mensual. Estas cuotas están calculadas en función del tipo de actividad que desarrolla y del nivel de ingresos que tiene el contribuyente.

Son personas jurídicas de derecho privado. A continuación se detallan las principales:

- Aquellas que se encuentran bajo el control de la Intendencia de Compañías como por ejemplo las compañías anónimas, de responsabilidad limitada, de economía mixta, administradoras de fondos y fideicomisos, entre otras.
- Aquellas que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos como por ejemplo los bancos privados nacionales, bancos extranjeros, bancos del estado, cooperativas de ahorro y crédito, mutualistas, entre otras.
- Otras sociedades con fines de lucro o patrimonios independientes, como por ejemplo las sociedades de hecho, contratos de cuentas de participación, entre otras.
- Sociedades y organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro, como por ejemplo las dedicadas a la educación, entidades deportivas, entidades de culto religioso, entidades culturales, organizaciones de beneficencia, entre otras.
- Misiones y organismos internacionales, como embajadas, representaciones de organismos internacionales, agencias gubernamentales de cooperación internacional, organizaciones no gubernamentales internacionales y oficinas consulares. (Servicio de Rentas Internas, 2012)

Régimen general

A diferencia del régimen simplificado RISE, en el que se pagan cuotas mensuales fijas de IVA y Renta, en el régimen general los contribuyentes pagarán los impuestos conforme a los ingresos y gastos generados en su actividad económica.

Por lo general las empresas o sociedad que pertenecen al Régimen General son:

- Aquellas que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Compañías como por ejemplo las compañías anónimas, de responsabilidad limitada, de economía mixta, administradoras de fondos y fideicomisos, entre otras.
- Aquellas que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos como por ejemplo los bancos privados nacionales, bancos extranjeros, bancos del estado, cooperativas de ahorro y crédito, mutualistas, entre otras.
- Otras sociedades con fines de lucro o patrimonios independientes, como por ejemplo las sociedades de hecho, contratos de cuentas de participación, entre otras.
- Sociedades y organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro, como por ejemplo las dedicadas a la educación, entidades deportivas, entidades de culto religioso, entidades culturales, organizaciones de beneficencia, entre otras.
- Misiones y organismos internacionales, como embajadas, representaciones de organismos internacionales, agencias gubernamentales de cooperación internacional, organizaciones no gubernamentales internacionales y oficinas consulares. (Servicio de Rentas Internas, 2012)

Contribuyentes Especiales

Los contribuyentes especiales son asignados por la administración tributaria en función de su importancia económica, conforme al análisis realizado por parte de la Dirección Nacional de Gestión Tributaria.

Todos los contribuyentes que tengan esta característica tendrán obligaciones tributarias distintas a las demás sociedades. (Servicio de Rentas Internas, 2012)

- **Por el número de propietarios**

Individuales: Su dueño es la empresa, por lo general es él solo quien tiene el peso del negocio.

Unipersonales: Se conforma con la presencia de una sola Persona Natural o Jurídica, que destina parte de sus activos para la realización de una o varias actividades mercantiles.

Sociedades: Todas para su constitución exigen la participación como dueño de más de una persona lo que indica que mínimo son dos por lo general corresponden al régimen general, y son regentadas por la superintendencia de compañías.

- **Por la función social**

Con ánimo de lucro: Se constituye la empresa con el propósito de explotar y ganar más dinero.

Trabajo asociado: Grupo organizado como empresa para beneficio de los integrantes.

Sin fines de lucro: Aparentemente son empresas que lo más importante para ellas es el factor social de ayuda y apoyo a la comunidad.

Economía solidaria: En este grupo pertenecen todas las cooperativas sin importar a que actividad se dedican lo más importante es el bienestar de los asociados y su familia. (WordPress, 2012)

- **Por su personería jurídica**

De acuerdo a la clasificación de las empresas en sus diferentes aspectos, se procede a la clasificación del camposanto, el mismo que corresponde a las siguientes características:

Tabla 26

Clasificación de las empresas por su personería jurídica

Nombre	Mínimo		Forma de capital	Obligaciones accionistas	Tipo de administración
	Accionistas	Capital social			
Sociedad Colectiva	3	400	Participación	50% capital suscrito y diferencia en un año	Junta General de Socios
Sociedad Anónima	3	800	Acción	50% capital suscrito y diferencia en un año	Junta General de Accionistas
Compañía en nombre colectivo	3	400	Participación	50% capital suscrito y diferencia en un año	Junta General de Socios
Sociedad en Comandita Simple y dividida por acciones	3	400	Participación	50% capital suscrito y diferencia en un año	Junta General de Socios
Compañía de Responsabilidad Limitada	3	400	Participación	50% capital suscrito y diferencia en un año	Junta General de Socios
Compañía de Economía Mixta	2	800	Acción	50% capital suscrito y diferencia en un año	Directorio
Sociedad de Hecho	1	400	Participación	50% capital suscrito y diferencia en un año	Junta General de Socios

Fuente: Ley de Compañías del Ecuador

Tabla 27

Clasificación del tipo de empresa del camposanto

Tipo	Clasificación	Observaciones
Por sectores económicos	Comercial y servicios	Debido a la comercialización de los productos funerarios y a la prestación de servicios exequiales
Por su tamaño	Mediana	Pese a que el número de empleados no supera los 20, de acuerdo a la descripción de este tipo de empresa, se consideran mediana, en cuanto su capital e ingresos no son reducidos, en relación a otras empresas pequeñas del mercado.
Por el Origen del Capital	Privado	Los socios realizan aportes de capital, ningún aporte pertenece al sector público.
Por la explotación y conformación de su capital	Locales	Los servicios se prestarán únicamente en la ciudad de Riobamba, y los capitalistas son residentes de esta ciudad.
Por el pago de impuestos	Régimen general	Se constituirá una empresa de responsabilidad limitada, la misma que debe responder a este régimen de pago de impuestos.
Por el número de propietarios	Sociedades	Existe más de un dueño de la empresa
Por la función Social	Con ánimo de lucro	Es una empresa que captará ingresos con el afán de incrementar su capital y generar ganancias a sus socios
Por su personería jurídica	Compañía de responsabilidad limitada	Se constituirá con tres socios o más, los mismos que tendrán participación tanto en pérdidas como ganancias.

Fuente: La autora

De acuerdo a las necesidades del camposanto se ha clasificado al mismo como una empresa de Compañía de Responsabilidad Limitada, la que se presenta su regulación legal en el anexo No. 2, así como los requisitos a seguir para su aprobación en el Anexo No. 3

3.3. Marco legal

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.

A continuación se detalla el proceso que el camposanto deberá realizar para constituirse como una compañía de responsabilidad limitada y poder dar inicio a sus operaciones.

3.3.1. Aprobación del nombre de la compañía

La denominación de esta compañía objetiva se le añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía pre-existente.

Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

El nombre que se utilizará en el proyecto para esta empresa será: **“Camposanto Jardines de Paz Cía. Ltda.”**

3.3.2. Apertura cuenta de integración de capital

Trámite

- Se debe aperturar una cuenta de integración de capital de la nueva Compañía a nombre de “Camposanto Jardines de Paz Cía. Ltda.” en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

Para lo cual se ha escogido la apertura de la cuenta en el Banco Internacional, ubicado en las calles 10 de Agosto y García Moreno de la ciudad de Riobamba.

Documentación

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la compañía (socios).
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.
3. Solicitud para la apertura de la cuenta de integración de capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del capital.
4. El valor del depósito.

3.3.3. Celebrar la escritura pública

Trámite

- Se debe presentar en una notaría la minuta para constituir la compañía.

Documentación

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Certificado de apertura de la cuenta de Integración de capital dada por el banco anexo No. 4
4. Minuta para constituir la compañía anexo No. 5
5. Pago derechos notaría

3.3.4. Solicitar la aprobación de las escrituras de constitución

Trámite

- La escritura de constitución deberá ser aprobada por la Superintendencia de Compañías.

Documentación

1. Tres copias certificadas de las escrituras de constitución.
2. Copia de la cédula del abogado que suscribe la solicitud.
3. Solicitud de aprobación de la escrituras de constitución de la compañía.

3.3.5. Obtener la resolución de aprobación de la escritura

Trámite

- La Superintendencia de Compañías entregará la escritura aprobada con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura.

Documentación

- Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

3.3.6. Cumplir con las disposiciones de la resolución

Trámite

1. Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la compañía.
2. Llevar las resoluciones de aprobación a la notaría donde se celebró la escritura de constitución para su marginación.
3. Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

Documentación

Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

1. Copia de la escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
3. Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la empresa.

3.3.7. Inscribir las escrituras en el registro mercantil

Trámite

- Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir la escritura en el Registro Mercantil. Anexo 6

Documentación

1. Tres copias de la escritura de constitución con la marginación de las resoluciones.
2. Patente municipal.
3. Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
4. Publicación del extracto.
5. Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

3.3.8. Reingresar los documentos a la superintendencia de compañías

Trámite

- Se debe reingresar la escritura a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la compañía.

Documentación

1. Formulario RUC 01A Anexo 7.
2. Formulario RUC 01B Anexo 8.
3. Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
4. Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente.
5. Tercera copia certificada de la escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
6. Una copia de la planilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la compañía.
7. Publicación del extracto.

3.3.9. Obtener el Registro Único de Contribuyentes

Trámite

- Reingresada la escritura se entregarán las hojas de datos de la compañía que permitirán obtener el RUC.

Documentación

1. Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
3. Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
4. Original y copia de la escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
5. Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
6. Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la compañía o del representante legal.

7. Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
8. Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
9. Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el representante legal autorizando.

3.3.10. Retirar la cuenta de integración de capital

Trámite

- Una vez que se obtenga el RUC de la compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de integración de capital.

Documentación

1. Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para aperturar la cuenta de integración de capital.
2. Copia de cédula del representante legal y de los accionistas de la compañía.
3. Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de integración de capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

3.3.11. Aperturar una cuenta bancaria a nombre de la compañía

Trámite

- La compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

Documentación

1. Solicitud de apertura de cuenta.

2. Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejarán la cuenta.
3. Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
4. Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

3.3.12. Obtener permiso para imprimir facturas

Trámite

- Para que la compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la compañía.

Documentación

1. Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
2. Permiso de Bomberos.
3. En caso de realizar operaciones de comercio exterior, la autorización de la CAE.
4. Certificados, contratos o facturas de proveedores de la compañía.
5. Certificado de cuenta bancaria a nombre de la compañía.
6. Registro patronal en el IESS.
7. Patente Municipal.
8. Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
9. Contrato de compra-venta que sustente la propiedad inmobiliaria.
10. Planilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma (Ventanilla única empresarial Otavalo, 2012)

3.3.13. Obtención de permisos de sanidad

Trámite

- Solicitar al Director de Salud el permiso de funcionamiento, donde se indica el lugar y el representante legal de la empresa
- El Director de Salud delega a un inspector para que realice la inspección en el lugar donde observará que cumpla con todos los requisitos de higiene y salubridad, así como baterías sanitarias adecuadas, sistema de riego, entre otras.
- Se debe cancelar un valor de \$ 250.00, el mismo que se debe cancelar cada año.
- Todos los empleados de la empresa deben realizarse exámenes de control en un hospital o centro de salud de la ciudad.

3.3.14. Declaración del impuesto de patentes

Trámite

- En el Municipio de la ciudad de Riobamba en el formulario correspondiente se efectúa la declaración de impuestos de patentes, y se cancela para su aprobación.

3.3.15. Permiso Cuerpo de Bomberos

Este pago representa el 10% del pago de la patente, el mismo que cubre el servicio que presta el Cuerpo de Bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, en la misma que recomiendan los lugares adecuados en los que deben ser instalados los equipos contra incendios y las seguridades que se debe tener para evitar los mismos.

Para obtener este certificado es necesario poseer un extintor y pagar un valor económico que depende del local.

3.4. Impuestos

3.4.1. Impuesto al Valor Agregado

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%.

Se entiende también como transferencia a la venta de bienes muebles de naturaleza corporal, que hayan sido recibidos en consignación y el arrendamiento de éstos con opción de compraventa, incluido el arrendamiento mercantil, bajo todas sus modalidades; así como al uso o consumo personal de los bienes muebles.

La base imponible de este impuesto corresponde al valor total de los bienes muebles de naturaleza corporal que se transfieren o de los servicios que se presten, calculado sobre la base de sus precios de venta o de prestación del servicio, que incluyen impuestos, tasas por servicios y demás gastos legalmente imputables al precio. Del precio así establecido sólo podrán deducirse los valores correspondientes a descuentos y bonificaciones, al valor de los bienes y envases devueltos por el comprador y a los intereses y las primas de seguros en las ventas a plazos.

La base imponible, en las importaciones, es el resultado de sumar al valor CIF los impuestos, aranceles, tasas, derechos, recargos y otros gastos que figuren en la declaración de importación y en los demás documentos pertinentes.

Este impuesto se declara de forma mensual si los bienes que se transfieren o los servicios que se presten están gravados con tarifa 12%; y de manera semestral cuando exclusivamente se transfieran bienes o se presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA causado, a menos que sea agente de retención de IVA (cuya declaración será mensual). (Servicio de Rentas Internas, 2012)

Tabla 28

Fecha de declaración del impuesto al valor agregado de acuerdo al último dígito del RUC

Noveno dígito	Fecha máxima declaración	Fecha máxima declaración (si es semestral)	
	(si es mensual)	Primer semestre	Segundo semestre
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero

Fuente: La autora

3.4.2. Impuesto a la Renta

El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1 de enero al 31 de diciembre.

Para calcular el impuesto que debe pagar un contribuyente, sobre la totalidad de los ingresos gravados se restará las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos. A este resultado lo llamamos base imponible.

La base imponible de los ingresos del trabajo en relación de dependencia está constituida por el ingreso gravado menos el valor de los aportes personales al Instituto Ecuatoriano de Seguridad social (IESS), excepto cuando éstos sean pagados por el empleador.

La declaración del Impuesto a la Renta es obligatoria para todas las personas naturales, sucesiones indivisas y sociedades, aún cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos, a excepción de:

1. Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente.
2. Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieren de la fracción básica no gravada.

Cabe mencionar que están obligados a llevar contabilidad todas las sociedades y las personas naturales y sucesiones indivisas que al 1ro. de enero operen con un capital superior a los USD 60,000.00, o cuyos ingresos brutos anuales de su actividad económica sean superiores a USD 100,000.00, o los costos y gastos anuales sean superiores a USD 80,000; incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Los plazos para la presentación de la declaración, varían de acuerdo al noveno dígito de la cédula o RUC, de acuerdo al tipo de contribuyente. Ver Figura 29 (Servicio de Rentas Internas, 2012)

3.5. Detalle de obligaciones tributarias para un compañía de responsabilidad limitada

Las sociedades son personas jurídicas que realizan actividades económicas lícitas amparadas en una figura legal propia. Estas se dividen en privadas y públicas, de acuerdo al documento de creación.

Las sociedades están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica. Los plazos para presentar estas declaraciones se establecen conforme el noveno dígito del RUC, de acuerdo a lo detallado en la tabla 28 y tabla 29

Tabla 29

Fecha de declaración de impuesto a la renta, según último dígito del RUC

Noveno Dígito	Personas Naturales	Sociedades
1	10 de marzo	10 de abril
2	12 de marzo	12 de abril
3	14 de marzo	14 de abril
4	16 de marzo	16 de abril
5	18 de marzo	18 de abril
6	20 de marzo	20 de abril
7	22 de marzo	22 de abril
8	24 de marzo	24 de abril
9	26 de marzo	26 de abril
0	28 de marzo	28 de abril

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Las obligaciones tributarias que debe cumplir una compañía de responsabilidad limitada son:

Obtener el RUC. El Registro Único de Contribuyentes, conocido por sus siglas como RUC, corresponde a la identificación de los contribuyentes que realizan una actividad económica lícita, por lo tanto, todas las sociedades, nacionales o extranjeras, que inicien una actividad económica o dispongan de bienes o derechos por los que tengan que tributar, tienen la obligación de acercarse inmediatamente a las oficinas del SRI para obtener su número de RUC, presentando los requisitos para cada caso.

El RUC contiene una estructura que es validada por los sistemas del SRI y de otras entidades que utilizan este número para diferentes procesos.

Presentar declaraciones. Las Sociedades deben presentar las siguientes declaraciones de impuestos a través del Internet en el Sistema de Declaraciones o en ventanillas del Sistema Financiero. Estas deberán efectuarse en forma consolidada independientemente del número de sucursales, agencias o establecimientos que posea:

- **Declaración de Impuesto al Valor Agregado (IVA):** Se debe realizar mensualmente, en el Formulario 104, inclusive cuando en uno o varios períodos no se haya registrado venta de bienes o prestación de servicios, no se hayan producido adquisiciones o no se hayan efectuado retenciones en la fuente por dicho impuesto. En una sola declaración por periodo se establece el IVA sea como agente de retención o de percepción.
- **Declaración del Impuesto a la Renta:** La declaración del Impuesto a la Renta se debe realizar cada año en el Formulario 101, consignando los valores correspondientes en los campos relativos al Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y conciliación tributaria.
- **Pago del anticipo del Impuesto a la Renta:** Se deberá pagar en el Formulario 106 de ser el caso. Para mayor información verificar el cálculo del anticipo en el Art. 41 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.
- **Declaración de retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta:** Se debe realizar mensualmente en el Formulario 103, aun cuando no se hubiesen efectuado retenciones durante uno o varios períodos mensuales.

Las sociedades son agentes de retención, razón por la cual se encuentran obligadas a llevar registros contables por las retenciones en la fuente realizadas y de los pagos por tales retenciones, adicionalmente debe mantener un archivo cronológico de los comprobantes de retención emitidos y de las respectivas declaraciones.

Presentar anexos. Los anexos corresponden a la información detallada de las operaciones que realiza el contribuyente y que están obligados a presentar mediante

Internet en el sistema de declaraciones, en el periodo indicado conforme al noveno dígito del RUC.

- **Anexo de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta por otros conceptos (REOC).** Es un reporte mensual de información relativa de compras y retenciones en la fuente, y deberá ser presentado a mes subsiguiente.
- **Anexo Transaccional Simplificado (ATS).** Es un reporte mensual de la información relativa a compras, ventas, exportaciones, comprobantes anulados y retenciones en general, y deberá ser presentado a mes subsiguiente. Presentarán obligatoriamente este anexo las sociedades catalogadas como especiales o que tengan una autorización de auto impresión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.

La presentación del anexo ATS reemplaza la obligación del anexo REOC.

- **Anexo de Impuesto a la Renta en Relación de Dependencia (RDEP)** Corresponde a la información relativa a las retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta realizadas a sus empleados bajo relación de dependencia por concepto de sus remuneraciones en el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre.

Deberá ser presentado una vez al año en el mes de febrero. (Servicio de Rentas internas, 2012)

3.6. Determinación de misión y visión de la empresa

3.6.1. Misión

La misión de una empresa consiste en definir el propósito de la misma y especifica el negocio al que se dedica, las necesidades que son satisfechas con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla y la imagen pública de la organización (QUÉ, CÓMO Y PARA QUÉ). (Asociación de Jóvenes Empresarios, 2012)

Qué: Ofrece productos y servicios exequiales y de inhumación, innovadores en la ciudad de Riobamba

Cómo: Brinda un servicio de calidad y calidez en los momentos difíciles que representa la pérdida de un ser querido

Para qué: Con el fin de proporcionan tranquilidad y paz, con total respeto hacia todas las personas que están sufriendo una pérdida.

Considerando el análisis previo la misión del camposanto es:

“Camposanto Jardines de Paz” tiene como misión primordial ofrecer productos y servicios exequiales y de inhumación, innovadores en la ciudad de Riobamba, que permita brindar un servicio de calidad y calidez en los momentos difíciles por la pérdida de un ser querido, con el fin de proporcionar tranquilidad y paz, con total respeto hacia todas las personas que están pasando por un momento de dolor.

3.6.2. Visión

La visión indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir. Describe la situación futura que sea desea tener (HACIA DÓNDE Y CÓMO).

Estos conceptos son los pilares sobre los cuales cualquier organización basa y conforma su estrategia empresarial, delimita sus metas y planea sus objetivos a corto, medio y largo plazo. (Asociación de Jóvenes Empresarios, 2012)

Hacia dónde: Llegar a posicionarse en la mente de los usuarios como la empresa líder en este tipo de servicios y productos.

Cómo: Ofreciendo productos de calidad, así también brindado excelentes servicios que permitan que todas las personas se sientan cómodas y respetadas en su momento de dolor, sabiendo que existe una empresa que se encarga de todos los detalles en cuanto a servicios funerarios y exequiales.

De acuerdo al análisis previo, la visión para el camposanto es:

Llegar en el 2017 a posicionarse en la mente de los usuarios como la empresa líder en el mercado, ofreciendo productos de calidad, así también brindando excelentes servicios que permitan que todas las personas se sientan cómodas y respetadas en sus momento de dolor, conociendo que existe un empresa que se encarga de todos los detalles en cuanto a servicios funerarios y exequiales se refiere.

3.7. Estructura organizacional

La estructura organizacional, es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos.

Desde un punto de vista más amplio, comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella) dando lugar a la estructura real de la organización. (Imaginactivo, 2012)

La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.

- **Strategor:** (1988) Estructura organizacional es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad.
- **Mintzberg:** (1984) Estructura organizacional es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas.

La **estructura organizacional** es una estructura intencional de roles, cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible.

Principios de una organización:

- **Eficacia:** una estructura organizativa es eficaz si permite la contribución de cada individuo al logro de los objetivos de la empresa.
- **Eficiencia:** una estructura organizativa es eficiente si facilita la obtención de los objetivos deseados con el mínimo coste posible.
- **La organización formal:** es el modo de agrupamiento social que se establece de forma elaborada y con el propósito de establecer un objetivo específico. Se caracteriza por las reglas, procedimientos y estructura jerárquica que ordenan las relaciones entre sus miembros.
- **La organización informal:** son las relaciones sociales que surgen de forma espontánea entre el personal de una empresa. La organización informal es un complemento a la formal si los directores saben y pueden controlarla con habilidad. (Universidad de Champagnat, 2002)

A continuación con el fin de mostrar la estructura organizativa con la que contará el camposanto Jardines de Paz, se presenta el siguiente organigrama:

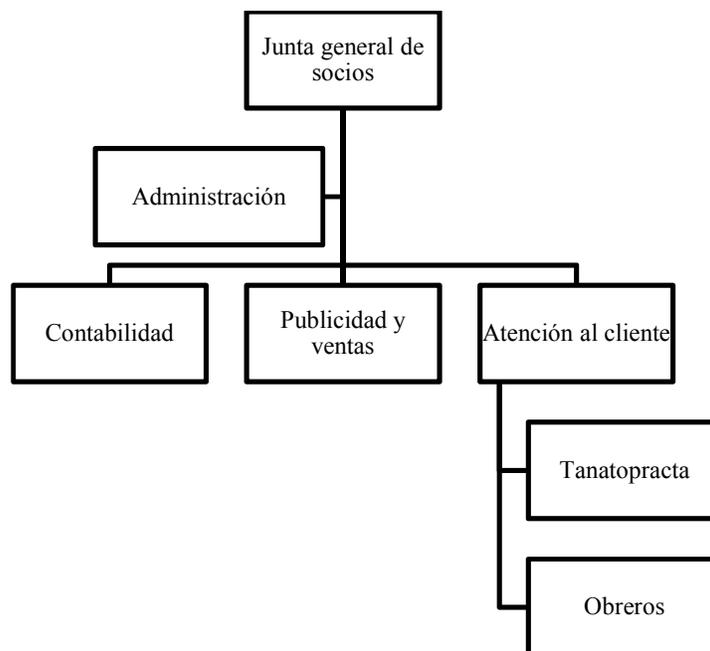


Figura 23 Organigrama del camposanto

Fuente: La autora

Descripción general de cada área

3.7.1. Junta general de socios

- Declarar dividendos de actividades que le correspondan a cada socio.
- Dictar normas internas que guíen el trabajo en la empresa.
- Establecer y normar las políticas que regirán la empresa.
- Analizar y poner en práctica las leyes y reglamentos que regirán para el buen funcionamiento de la empresa.

3.7.2. Administración

- Determinar las necesidades de recursos financieros, tecnológicos, humanos o técnicos, que requiera la empresa.
- Organizar al personal del camosanto para el buen funcionamiento de la empresa.
- Dirigir y supervisar las actividades de cada empleado.
- Remitir informes a la Junta General de Socios del movimiento mensual de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir a todos los empleados, las directrices emitidas desde la Junta General de Socios.

3.7.3. Contabilidad

- Preparar y elaborar balances y estados financieros de la empresa al final de cada mes.
- Presentar al final de cada mes el estado de situación financiera y el balance general de la empresa a la Junta General de Socios.
- Mantener al día las declaraciones de impuestos, y el pago de aportaciones al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Llevar el control de los contratos del personal, así como la elaboración de liquidaciones en el caso de ser necesario.

- Presentar informes trimestrales de las ventas y gastos en los que ha incurrido la empresa.

3.7.4. Publicidad y ventas

- Dar a conocer de la mejor manera los productos y servicios que el camposanto ofrece.
- Entregar información publicitaria del camposanto a quien lo requiera.
- Generar estrategias de publicidad para la empresa.
- Captar el mayor número de clientes posibles.

3.7.5. Atención al cliente

- Mantener una relación adecuada con cada cliente.
- Coordinar todo evento relacionado con los clientes, con el fin de satisfacer cada necesidad que se presenta.
- Informar de todos los beneficios que tienen los clientes en relación al uso y de las instalaciones, como parqueaderos, cafetería, etc.
- Cumplir con todos los requerimientos de los clientes.

✓ Tanatopracta

Realizar la preparación, desinfección, reconstrucción, restauración y preservación de los cadáveres.

✓ Obreros

En el caso de panteones familiares y lotes de dos y tres cuerpos, remover la tierra para el sepultamiento, realizar el descenso del cadáver, y cubrir el área utilizada. En el caso de nichos, encajar el féretro en el lugar asignado, y posteriormente cubrirlo adecuadamente.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4. Análisis financiero

El objetivo del análisis es determinar la viabilidad financiera de la puesta en marcha del proyecto, para lo que se realiza un análisis proyectado de los costos, gastos e ingresos determinados.

Un análisis consiste en distinguir y separar las partes de un todo para llegar a conocer sus elementos y principios. A través del análisis, es posible estudiar los límites, las características y las posibles soluciones de un problema.

Financiero, por otra parte, procede de finanzas, que es un concepto vinculado a la hacienda pública, los bienes y los caudales. La noción de finanzas se utiliza para nombrar al estudio de la circulación del dinero entre individuos, empresas o Estados.

El análisis financiero, por lo tanto, es un método que permite analizar las consecuencias financieras de las decisiones de negocios. Para esto es necesario aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante, llevar a cabo distintas mediciones y sacar conclusiones.

Gracias al análisis financiero, es posible estimar el rendimiento de una inversión, estudiar su riesgo y saber si el flujo de fondos de una empresa alcanza para afrontar los pagos, entre otras cuestiones.

El análisis financiero ayuda a comprender el funcionamiento del negocio y a maximizar la rentabilidad a partir de la actuación sobre los recursos existentes. Los directivos pueden acceder a información sobre el efecto esperado de las decisiones estratégicas.

Los inversores también apelan al análisis financiero para analizar el grado de riesgo de sus decisiones y para fijar los objetivos a cumplir. Los prestamistas y acreedores, por último, usan el análisis financiero para determinar qué riesgo existe para el cobro de un crédito o préstamo. (DEFINICIÓN, 2012)

4.1. Presupuesto de inversión

Los presupuestos se relacionan con el control financiero de la organización, en donde se estiman los ingresos y egresos que se va a tener en un período determinado.

Para establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos, puede ser necesario incurrir en déficit (que los gastos superen a los ingresos) o, por el contrario, puede ser posible ahorrar, en cuyo caso el presupuesto presentará un superávit (los ingresos superan a los gastos) (Burbano, 2007)

4.2. Activos

Es un recurso controlado por la empresa como resultado de eventos pasados, y cuyos beneficios económicos futuros se espera que fluyan a la empresa y su monto pueda ser medido con fiabilidad.

Se reconoce un activo en el balance cuando es probable que se obtenga de los mismos beneficios económicos futuros para la entidad, y además el activo tiene un costo o valor que puede ser medido con fiabilidad. (Mantilla, 2012)

4.2.1. Activos corrientes

Un activo debe clasificarse como corriente cuando:

- Se espera realizar (cobrar) el activo, o tiene la intención de consumirlo o venderlo en un ciclo normal de operación.
- Mantiene el activo principalmente con fines de negociación
- El activo es efectivo o equivalente de efectivo (como se define en la NIC 7) a menos que éste se encuentre restringido y no pueda ser intercambiado ni

utilizado para cancelar un pasivo por un ejercicio mínimo de doce meses después del ejercicio sobre el que se informa.

Efectivo y sus equivalentes: Está representado por el dinero que tiene la empresa para una fecha determinada, ya sea en moneda billetes, o dinero depositado en las diversas entidades financieras.

La moneda efectivo es un activo financiero porque representa un medio de pago y, por ello, es la base en la que se miden y reconocen todas las transacciones en los estados financieros.

Caja: Representa el dinero que tiene la empresa, para una fecha determinada ya sea en monedas, billetes o cheques recibidos a favor de la empresa. Se utiliza para controlar el movimiento de dinero en efectivo o instrumentos de pagos similares tales como: facturas de tarjetas de crédito, cheques, que salgan de la caja de la empresa.

Bancos: Representa el efectivo que tiene una empresa depositado en una institución bancaria, y que debe tener como características que la empresa lo pueda retirar en cualquier momento.

4.2.2. Activos no corrientes

Estos activos se clasifican en tangibles e intangibles. Se considera un activo no corriente tangible a toda clase de bienes u objetos materiales que tienen existencia física o corpórea, que son adquiridos por las empresas o entidades exclusivamente para el uso o servicio permanente en sus actividades operativas, como terrenos, muebles, edificios, equipos, vehículos, entre otros, estos activos están sujetos a depreciación, excepto terrenos. (Bravo, 2006)

Propiedad planta y equipo: Son los activos tangibles que:

- Posee la entidad para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos; y

- Se espera usar durante más de un período.

Se considera activos intangibles: A activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física, sobre el cual la empresa mantiene un control y espera que los beneficios económicos fluyan hacia la entidad.

A continuación se detallan los activos que se requerirán para el inicio de del proyecto.

Tabla 29

Inversión terreno

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
Terreno	6,035.85	M2	65.00	392,330.25
TOTAL				392,330.25

Fuente: La autora

Tabla 30

Inversión edificio e infraestructura

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
Área de parqueos	690.26	M2	14.00	9,663.64
Circulación vehicular	752.13	M2	14.00	10,529.82
Área nichos	1,084.25	M2	80.00	86,740.00
Administración	60	M2	220.00	13,200.00
Área de fosas	634.01	M2	5.00	3,170.05
Área capilla y salas de velaciones	358.38	M2	240.00	86,011.20
Áreas verdes y caminería	2,436.82	M2	5.00	12,184.10
Guardiania	10	M2	180.00	1,800.00
Cuarto frío tanatopraxia	10	M2	220.00	2,200.00
Obras de infraestructura	6,035.85	M2	15.00	90,537.75
TOTAL				316,036.56

Fuente: La autora

Tabla 31

Inversión vehículo

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
KIA Sportage	1	U	19900	19,900.00
TOTAL				19,900.00

Fuente: La autora

Tabla 32

Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
Área administrativa y guardianía				
Escritorios ejecutivos	6	U	286	1,716.00
Escritorio para guardianía	1	U	140	140
Mesa para sala de reuniones de 8 puestos	1	U	450	450
Sillas ergonómicas tipo secretaria	14	U	95	1,330.00
Archivadores metálicos de 4 gavetas con seguridad	5	U	115	575
Archivadores aéreos	4	U	89	356
Área de servicios				
Sillas para salas de velaciones metálicas con asientos de cuero sintético	190	U	32	6,080.00
Bancas con apoyo para rodilla para capilla	15	U	127	1,905.00
Sillones de 4 puestos para salas de velaciones. de cuero sintético color negro	4	U	250	1,000.00
Mesa para eucaristía	1	U	240	240
Imágenes religiosas para capilla	3	U	140	420
Juegos de sala de estar	2	U	850	1,700.00
Bancas para jardines	5	U	105	525
Basureros	8	U	15	120
TOTAL				16,557.00

Fuente: La autora

Tabla 33

Equipo de cómputo

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
Computadoras Intel Core i7. 4 gigas en ram. 520 de disco duro. 2.6GHz. monitor de 22 pulgadas.	6	U	750.00	4,500.00
Impresoras multifunción inkjet a color	2	U	105.00	210.00
Sistemas seguridad, monitores, cámaras. instalaciones especiales	1	U	1,200.00	1,200.00
Teléfonos inalámbricos	5	U	75.00	375.00
TOTAL				6,285.00

Fuente: La autora

Tabla 34

Equipo y maquinaria

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
Área de servicios exequiales				
Amplificadores	3	U	180	540
Micrófonos	4	U	50	200
Radios motorola	3	U	83	249
Máquina de formolización	1	U	480	480
Dispensadores de alcohol en gel	8	U	26	208
Dispensadores de jabón líquido	5	U	26	130
Dispensadores de papel higiénico	8	U	38	304
Dispensadores de agua caliente y fría	3	U	250	750
Pedestales para flores	6	U	72	432
Cocinetas	2	U	120	240
Tanques de gas	2	U	60	120
Cafeteras	2	U	35	70

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
Área de servicios de inhumación				
Palas	2	U	47	94
Carretillas	2	U	140	280
Barras	2	U	15	30
Picos	2	U	39	78
Poleas para bajar ataúd	2	U	250	500
Tijeras de jardinería	2	U	45	90
Rastrillos	2	U	25	50
Cortadora de césped	1	U	640	640
TOTAL				5,485.00

Fuente: La autora

Tabla 35

Total inversión activos no corrientes tangibles

Total inversión activos tangibles	
Descripción	Precio total
Terreno	392,330.25
Edificio e infraestructura	316,036.56
Vehículo	19,900.00
Muebles y enseres	16,557.00
Equipo de cómputo	6,285.00
Equipo y maquinaria	5,485.00
Total activos fijos	756,593.81

Fuente: La autora

4.2.3. Depreciación activos tangibles

Hablando siempre en términos de contabilidad, y desde el punto de vista de la depreciación, se establece la vida legal de un activo desde el momento en que se compra y se empieza a explotar, hasta la fecha en la que alcanza la depreciación total o que el empresario estima necesario suplantarlo o deshacerse de el.

- Edificios: 20 años

- Mobiliario: 10 años
- Equipo de computación: 3 años
- Equipo y maquinaria: 10 años
- Vehículos de empresa : 5 años

Estos datos son orientativos y estimados, lo que no significa que el empresario pueda deshacerse de su vehículo al cuarto año si así lo desea o al décimo año. (Depreciación.net, 2012)

Método legal o de coeficientes

Consiste en aplicar los porcentajes de depreciación en el Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, en numeral 6 del artículo 28.

Las depreciaciones de los activos del respectivo negocio se calcularan en base a los siguientes porcentajes máximos:

- | | |
|---|--------------|
| a) Inmuebles (excepto terrenos) | 5% anual |
| b) Instalaciones. maquinarias. equipos y muebles | 10% anual |
| c) Vehículos. equipos de transporte. caminero móvil | 20% anual |
| d) Equipos de computación y software | 33.33% anual |

(Bravo, 2006)

Método de la línea recta

El método de la línea recta es el método mas sencillo y más utilizado por las empresas, y consiste en dividir el valor del activo entre la vida útil del mismo. [Valor del activo/Vida útil]

Además de la vida útil, se maneja otro concepto conocido como valor de salvamento o valor residual, y es aquel valor por el que la empresa calcula que se podrá vender el activo una vez finalizada la vida útil del mismo. El valor de salvamento no es obligatorio.

Método de la suma de los dígitos del año

Este es un método de depreciación acelerada que busca determinar una mayor alícuota de depreciación en los primeros años de vida útil del activo.

La fórmula que se aplica es: $(\text{vida útil}/\text{suma dígitos}) \times \text{valor activo}$

Método de la reducción de saldos

Este es otro método que permite la depreciación acelerada. Para su implementación, exige necesariamente la utilización de un valor de salvamento, de lo contrario en el primer año se depreciaría el 100% del activo, por lo perdería validez este método.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$\text{Tasa de depreciación} = 1 - (\text{Valor de salvamento}/\text{Valor activo})^{1/n}$$

Donde n es el la vida útil del activo

Como se puede ver, lo primero que se debe hacer, es determinar la tasa de depreciación, para luego aplicar esa tasa al valor no depreciado del activo o saldo sin de preciar

Método de las unidades de producción

Este método es muy similar al de la línea recta en cuanto se distribuye la depreciación de forma equitativa en cada uno de los periodos.

Para determinar la depreciación por este método. se divide en primer lugar el valor del activo por el número de unidades que puede producir durante toda su vida útil. Luego. en cada periodo se multiplica el número de unidades producidas en el periodo por el costo de depreciación correspondiente a cada unidad. (Gerencie, 2012)

Tabla 36

Depreciación acumulada edificio e infraestructura

Años	Valor	Depreciación 5%	Saldo en libros
2012	316,036.56	15,801.83	300,234.73
2013	300,234.73	15,801.83	284,432.90
2014	284,432.90	15,801.83	268,631.08
2015	268,631.08	15,801.83	252,829.25
2016	252,829.25	15,801.83	237,027.42
2017	237,027.42	15,801.83	221,225.59
2018	221,225.59	15,801.83	205,423.76
2019	205,423.76	15,801.83	189,621.94
2020	189,621.94	15,801.83	173,820.11
2021	173,820.11	15,801.83	158,018.28
2022	158,018.28	15,801.83	142,216.45
2023	142,216.45	15,801.83	126,414.62
2024	126,414.62	15,801.83	110,612.80
2025	110,612.80	15,801.83	94,810.97
2026	94,810.97	15,801.83	79,009.14
2027	79,009.14	15,801.83	63,207.31
2028	63,207.31	15,801.83	47,405.48
2029	47,405.48	15,801.83	31,603.66
2030	31,603.66	15,801.83	15,801.83
2031	15,801.83	15,801.83	-

Fuente: La autora

Tabla 37

Depreciación acumulada de vehículo

Años	Valor	Depreciación 20%	Saldo en libros
2012	19,900.00	3,980.00	15,920.00
2013	15,920.00	3,980.00	11,940.00
2014	11,940.00	3,980.00	7,960.00
2015	7,960.00	3,980.00	3,980.00
2016	3,980.00	3,980.00	-

Fuente: La autora

Tabla 38

Depreciación acumulada de muebles y enseres

Años	Valor	Depreciación 10%	Saldo en libros
2012	16,557.00	1,655.70	14,901.30
2013	14,901.30	1,655.70	13,245.60
2014	13,245.60	1,655.70	11,589.90
2015	11,589.90	1,655.70	9,934.20
2016	9,934.20	1,655.70	8,278.50
2017	8,278.50	1,655.70	6,622.80
2018	6,622.80	1,655.70	4,967.10
2019	4,967.10	1,655.70	3,311.40
2020	3,311.40	1,655.70	1,655.70
2021	1,655.70	1,655.70	-

Fuente: La autora

Tabla 39

Depreciación acumulada de equipo de cómputo

Años	Valor	Depreciación 10%	Saldo en libros
2012	6,285.00	2,094.79	4,190.21
2013	4,190.21	2,094.79	2,095.42
2014	2,095.42	2,095.42	-

Fuente: La autora

Tabla 40

Depreciación acumulada de equipo y maquinaria

Años	Valor	Depreciación 10%	Saldo en libros
2012	5,485.00	548.5	4,936.50
2013	4,936.50	548.5	4,388.00
2014	4,388.00	548.5	3,839.50
2015	3,839.50	548.5	3,291.00
2016	3,291.00	548.5	2,742.50
2017	2,742.50	548.5	2,194.00
2018	2,194.00	548.5	1,645.50
2019	1,645.50	548.5	1,097.00
2020	1,097.00	548.5	548.5
2021	548.5	548.5	-

Fuente: La autora

4.3. Capital de trabajo

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo. cartera e inventarios).

La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos. etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Para determinar el capital de trabajo de una forma mas objetiva, se debe restar de los Activos corrientes, los pasivos corrientes. De esta forma obtenemos lo que se llama el capital de trabajo neto contable. Esto supone determinar con cuantos recursos cuenta la empresa para operar si se pagan todos los pasivos a corto plazo.

La fórmula para determinar el capital de trabajo neto contable, tiene gran relación con una de las razones de liquidez llamada razón corriente, la cual se determina dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente, y se busca que la relación como mínimo sea de 1:1, puesto que significa que por cada dólar que tiene la empresa debe un dólar.

Una razón corriente de 1:1 significa un capital de trabajo = 0, que indica que la razón corriente siempre debe ser superior a 1.

Claro está que si es igual a 1 o inferior a 1 no significa que la empresa no pueda operar, de hecho hay muchas empresas que operan con un capital de trabajo de 0 e inclusive inferior.

El hecho de tener un capital de trabajo 0 no significa que no tenga recursos, solo significa que sus pasivos corrientes son superiores a sus activos corrientes, y es posible que sus activos corrientes sean suficientes para operar, lo que sucede es que,

al ser los pasivos corrientes iguales o superiores a los activos corrientes, se corre un alto riesgo de sufrir de iliquidez, en la medida en que las exigencias de los pasivos corrientes no alcancen a ser cubiertas por los activos corrientes, o por el flujo de caja generado por los activos corrientes.

Ante tal situación, en la que el flujo de caja generado por los activos corrientes no pueda cubrir las obligaciones a corto plazo y para cubrir las necesidades de capital de trabajo, se requiere financiar esta iliquidez, lo que se puede hacer mediante capitalización por los socios o mediante adquisición de nuevos pasivos, solución no muy adecuada puesto que acentuaría la causa del problema y se convertiría en una especie de círculo vicioso.

El capital de trabajo y el flujo de caja.

El capital de trabajo tiene relación directa con la capacidad de la empresa de generar flujo de caja. El flujo de caja o efectivo, que la empresa genere será el que se encargue de mantener o de incrementar el capital de trabajo.

La capacidad que tenga la empresa de generar efectivo con una menor inversión o una menor utilización de activos, tiene gran efecto en el capital de trabajo. Es el flujo de caja generado por la empresa el que genera los recursos para operar la empresa, para reponer los activos, para pagar la deuda y para distribuir utilidades a los socios.

Una eficiente generación de recursos garantiza la solvencia de la empresa para poder asumir los compromisos actuales y proyectar futuras inversiones sin necesidad de recurrir a financiamiento de los socios o de terceros. El flujo de caja de la empresa debe ser suficiente para mantener el capital de trabajo, para reponer activos. para atender los costos de los pasivos, y lo más importante; para distribuir utilidades a los socios de la empresa. (Gerencie, 2012)

4.3.1. Gastos de constitución

Gasto: Son llamados también egresos, constituyen los desembolsos de dinero necesario, que se realizan para cumplir con los objetivos de la empresa tales: sueldos, servicios básicos, suministros y materiales:

- a. Los gastos que surgen de la actividad ordinaria incluyen. por ejemplo. los salarios. las depreciaciones. Usualmente, toman la forma de una salida o disminución del valor de los activos, tales como efectivo y equivalentes al efectivo, inventarios o propiedad, planta y equipo.
- b. Las pérdidas son otras partidas que cumplen la definición de gastos y que pueden surgir en el curso de las actividades ordinarias de la entidad. Las pérdidas se reconocen en el estado de resultado integral, habitualmente se presentan por separado, puesto que el conocimiento de las mismas es útil para la toma de decisiones económicas.

La definición de gastos incluye tanto las pérdidas como los gastos que surgen en las actividades ordinarias de la entidad

Gastos de constitución: Son un conjunto de gastos en los que hay que incurrir de forma obligatoria para crear una empresa desde cero.

El carácter de este gasto no se relaciona con maquinaria o edificios, sino con gastos del tipo jurídico, como escrituras notariales, registros mercantiles, impuestos.

De acuerdo con las NIIF, los gastos de constitución no son reconocidos como activos intangibles, sino que se deben registrar como gastos, puesto que el desembolso realizado no ha servido para adquirir ni crear ningún activo que pueda ser reconocido como tal. (Arteaga, 2012)

Este rubro será registrado en el gasto únicamente por el primer año, debido a que corresponde a los gastos efectuados con el fin de que la empresa pueda iniciar sus actividades comerciales.

Tabla 41

Gastos de constitución

Descripción	Precio total
Gatos de constitución	1,500.00
Permiso de sanidad	250.00
Patente municipal	320.00
Permiso bomberos	32.00
TOTAL	2.102.00

Fuente: La autora

4.3.2. Materiales directos

Tabla 42

Inversión materiales directos para servicios exequiales

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Valor	
			Mensual	Anual
Arreglos florares	22	32.00	704.00	8,448.00
Féretro	11	280.00	3,080.00	36,960.00
Agua purificada	15	3.80	57.00	684.00
Café (para pasar)	6	7.50	45.00	540.00
Té/ aguas aromáticas (cajas de 10 sobres)	33	0.78	25.74	308.88
Caramelos (fundas de 50)	22	4.10	90.20	1,082.40
Galletas (cajas de 4 paquetes)	22	2.10	46.20	554.40
Servilletas (fundas de 200 unidades)	8	1.25	10.00	120.00
Vasos plásticos (paquetes de 50)	22	1.10	24.20	290.40
Cucharas plásticas (paquetes de 50)	22	0.65	14.30	171.60
Publicación obituario	11	23.00	253.00	3,036.00
TOTAL			4,349.64	52,195.68
CAPITAL DE TRABAJO			13,048.92	

Fuente: La autora

Los materiales directos para los servicios exequiales proyectados para su adquisición anual, ascienden a 52,195.68, de los cuales 4,349.64 corresponde a la necesidad de adquisición mensual, y el capital de trabajo es 13,048.92 correspondiente a la

necesidad de adquisición de los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa.

Tabla 43

Inversión materiales directos para servicios de inhumación

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Valor	
			Mensual	Anual
Lápidas	11	150.00	1,650.00	19,800.00
TOTAL			1,650.00	19,800.00
CAPITAL DE TRABAJO			4,950.00	

Fuente: La autora

Los materiales directos para los servicios de inhumación proyectados para su adquisición anual, ascienden a 19,800.00 USD, de los cuales 1,650.00 corresponde a la necesidad de adquisición mensual, y el capital de trabajo es 4,950.00 correspondiente a la necesidad de adquisición de los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa.

4.3.3. Sueldos y salarios

De acuerdo al código de trabajo, *salario* es el estipendio que paga el empleador al obrero en virtud del contrato de trabajo; y *sueldo*, la remuneración que por igual concepto corresponde al empleado. El salario se paga por jornadas de labor y en tal caso se llama jornal. El sueldo se paga por meses, sin suprimir los días no laborables.

Sueldo: Es el pago que se efectúa a los empleados que aparecen en nómina o tienen una plaza con un ingreso monetarios fijo y las prestaciones de ley; se le asigna a trabajadores intelectuales, administrativo, de supervisión o de oficina.

Salario: Es el pago que recibe de forma periódica un trabajador de mano de su empleador a cambio de que éste trabaje durante un tiempo determinado para el que fue contratado o produzca una determinada cantidad de mercancías equivalentes a ese tiempo de trabajo. (Buenas Tareas, 2010)

Tabla 44

Sueldos y salarios

Cargo	N° de empleados	Salario básico Unificado	Total salario básico unificado	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Fondo de reserva	Valor	
									MENSUAL	ANUAL
PERSONAL ADMINISTRATIVO										
Administrador	1	570.00	570.00	47.50	24.33	23.75	69.26	-	734.84	8,818.06
Contador	1	440.00	440.00	36.67	24.33	18.33	53.46	-	572.79	6,873.52
Vendedores	2	360.00	720.00	60.00	48.67	30.00	87.48	-	946.15	11,353.76
Asistente	1	318.00	318.00	26.50	24.33	13.25	38.64	-	420.72	5,048.64
PERSONAL OPERATIVO										
Tanatopracta	1	350.00	350.00	29.17	24.33	14.58	42.53	-	460.61	5,527.30
Obreros	2	318.00	636.00	53.00	48.67	26.50	77.27	-	841.44	10,097.29
Guardia	2	318.00	636.00	53.00	48.67	26.50	77.27	-	841.44	10,097.29
TOTAL			3,670.00	305.83	243.33	152.92	445.91	-	4,817.99	57,815.86
CAPITAL DE TRABAJO									14,453.97	

Fuente: La autora

Los sueldos y salarios proyectados para su pago anual, ascienden a 55,990.98 USD, de los cuales 4,665.92 corresponde a pago mensual que por este rubro se realizará, y el capital de trabajo es de 13,997.75 correspondiente a la necesidad de pago de los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa.

4.3.3.1. Proyección de sueldos y salarios

Tabla 45

Proyección sueldos y salarios

AÑO 2										
Cargo	N° de empleados	Salario básico. unif.	Total salario básico unif	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Fondo de reserva	Valor	
									Mensual	Anual
Personal administrativo										
Administrador	1	627.00	627.00	52.25	24.33	26.13	76.18	52.25	858.14	10,297.67
Contador	1	484.00	484.00	40.33	24.33	20.17	58.81	40.33	667.97	8,015.67
Vendedores	2	396.00	792.00	66.00	48.67	33.00	96.23	66.00	1,101.89	13,222.74
Asistente	1	349.80	349.80	29.15	24.33	14.58	42.50	29.15	489.51	5,874.11
Personal operativo										
Tanatopracta	1	385.00	385.00	32.08	24.33	16.04	46.78	32.08	536.32	6,435.83
Obreros	2	349.80	699.60	58.30	48.67	29.15	85.00	58.30	979.02	11,748.22
Guardia	2	349.80	699.60	58.30	48.67	29.15	85.00	58.30	979.02	11,748.22
TOTAL			4,037.00	336.42	243.33	168.21	490.50	336.42	5,611.87	67,342.45

AÑO 3

Cargo	N° de empleados	Salario básic. Unif.	Total salario básico un.	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Fondo de reserva	Valor	
									Mensual	Anual
Personal administrativo										
Administrador	1	689.70	689.70	57.48	24.33	28.74	83.80	57.48	941.52	11,298.23
Contador	1	532.40	532.40	44.37	24.33	22.18	64.69	44.37	732.34	8,788.04
Vendedores	2	435.60	871.20	72.60	48.67	36.30	105.85	72.60	1,207.22	14,486.61
Asistente	1	384.78	384.78	32.07	24.33	16.03	46.75	32.07	536.03	6,432.32
Personal operativo										
Tanatopracta	1	423.50	423.50	35.29	24.33	17.65	51.46	35.29	587.52	7,050.21
Obreros	2	384.78	769.56	64.13	48.67	32.07	93.50	64.13	1,072.05	12,864.64
Guardia	2	384.78	769.56	64.13	48.67	32.07	93.50	64.13	1,072.05	12,864.64
Total			4,440.70	370.06	243.33	185.03	539.55	370.06	6,148.72	73,784.69

Año 4

Cargo	N° de empleados	Salario básic. Unif.	Total salario básico un.	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Fondo de reserva	Valor	
									Mensual	Anual
Personal administrativo										
Administrador	1	758.67	758.67	63.22	24.33	31.61	92.18	63.22	1,033.24	12,398.86
Contador	1	585.64	585.64	48.80	24.33	24.40	71.16	48.80	803.14	9,637.64
Vendedores	2	479.16	958.32	79.86	48.67	39.93	116.44	79.86	1,323.07	15,876.87
Asistente	1	423.26	423.26	35.27	24.33	17.64	51.43	35.27	587.20	7,046.35
Personal operativo										
Tanatopracta	1	465.85	465.85	38.82	24.33	19.41	56.60	38.82	643.84	7,726.03
Obreros	2	423.26	846.52	70.54	48.67	35.27	102.85	70.54	1,174.39	14,092.70
Guardia	2	423.26	846.52	70.54	48.67	35.27	102.85	70.54	1,174.39	14,092.70
TOTAL			4,884.77	407.06	243.33	203.53	593.50	407.06	6,739.26	80,871.16

AÑO 5

Cargo	N° de empleados	Salario básic. Unif.	Total salario básico unif.	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Fondo de reserva	Valor	
									Mensual	Anual
Personal administrativo										
Administrador	1	834.54	834.54	69.54	24.33	34.77	101.40	69.54	1,134.13	13,609.54
Contador	1	644.20	644.20	53.68	24.33	26.84	78.27	53.68	881.02	10,572.21
Vendedores	2	527.08	1,054.15	87.85	48.67	43.92	128.08	87.85	1,450.51	17,406.16
Asistente	1	465.58	465.58	38.80	24.33	19.40	56.57	38.80	643.48	7,721.79
Personal operativo										
Tanatopracta	1	512.44	512.44	42.70	24.33	21.35	62.26	42.70	705.79	8,469.44
Obreros	2	465.58	931.17	77.60	48.67	38.80	113.14	77.60	1,286.96	15,443.57
Guardia	2	465.58	931.17	77.60	48.67	38.80	113.14	77.60	1,286.96	15,443.57
TOTAL			5,373.25	447.77	243.33	223.89	652.85	447.77	7,388.86	88,666.28

Año 6

Cargo	N° de empleados	Salario básic. Un.	Totalsalario básico un.	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Fondo de reserva	Valor	
									Mensual	Anual
Personal administrativo										
Administrador	1	917.99	917.99	76.50	24.33	38.25	111.54	76.50	1,245.11	14,941.30
Contador	1	708.62	708.62	59.05	24.33	29.53	86.10	59.05	966.69	11,600.23
Vendedores	2	579.78	1,159.57	96.63	48.67	48.32	140.89	96.63	1,590.70	19,088.37
Asistente	1	512.14	512.14	42.68	24.33	21.34	62.23	42.68	705.40	8,464.76
Personal operativo										
Tanatopracta	1	563.68	563.68	46.97	24.33	23.49	68.49	46.97	773.93	9,287.18
Obreros	2	512.14	1,024.28	85.36	48.67	42.68	124.45	85.36	1,410.79	16,929.53
Guardia	2	512.14	1,024.28	85.36	48.67	42.68	124.45	85.36	1,410.79	16,929.53
TOTAL			5,910.57	492.55	243.33	246.27	718.13	492.55	8,103.41	97,240.90

AÑO 7

Cargo	N° de empleados	Salario básic. Unif.	Total salario básico un.	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Fondo de reserva	Valor	
									Mensual	Anual
Personal administrativo										
Administrador	1	1,009.79	1,009.79	84.15	24.33	42.07	122.69	84.15	1,367.19	16,406.23
Contador	1	779.49	779.49	64.96	24.33	32.48	94.71	64.96	1,060.92	12,731.05
Vendedores	2	637.76	1,275.52	106.29	48.67	53.15	154.98	106.29	1,744.90	20,938.81
Asistente	1	563.36	563.36	46.95	24.33	23.47	68.45	46.95	773.50	9,282.04
Personal operativo										
Tanatopracta	1	620.05	620.05	51.67	24.33	25.84	75.34	51.67	848.89	10,186.70
Obreros	2	563.36	1,126.71	93.89	48.67	46.95	136.90	93.89	1,547.01	18,564.08
Guardia	2	563.36	1,126.71	93.89	48.67	46.95	136.90	93.89	1,547.01	18,564.08
TOTAL			6,501.63	541.80	243.33	270.90	789.95	541.80	8,889.42	106,672.99

Año 8

Cargo	N° de empleados	Salario básic. Un.	Total salario básico un.	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Fondo de reserva	Valor	
									Mensual	Anual
Personal administrativo										
Administrador	1	1,110.77	1,110.77	92.56	24.33	46.28	134.96	92.56	1,501.47	18,017.65
Contador	1	857.44	857.44	71.45	24.33	35.73	104.18	71.45	1,164.58	13,974.96
Vendedores	2	701.54	1,403.08	116.92	48.67	58.46	170.47	116.92	1,914.52	22,974.29
Asistente	1	619.69	619.69	51.64	24.33	25.82	75.29	51.64	848.42	10,181.05
Personal operativo										
Tanatopracta	1	682.05	682.05	56.84	24.33	28.42	82.87	56.84	931.35	11,176.17
Obreros	2	619.69	1,239.38	103.28	48.67	51.64	150.59	103.28	1,696.84	20,362.09
Guardia	2	619.69	1,239.38	103.28	48.67	51.64	150.59	103.28	1,696.84	20,362.09
TOTAL			7,151.79	595.98	243.33	297.99	868.94	595.98	9,754.02	117,048.29

AÑO 9

Cargo	N° de empleados	Salario básico. Unif.	Total salario básico un.	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Fondo de reserva	Valor	
									Mensual	Anual
Personal administrativo										
Administrador	1	1,221.85	1,221.85	101.82	24.33	50.91	148.45	101.82	1,649.18	19,790.21
Contador	1	943.18	943.18	78.60	24.33	39.30	114.60	78.60	1,278.60	15,343.25
Vendedores	2	771.69	1,543.38	128.62	48.67	64.31	187.52	128.62	2,101.11	25,213.32
Asistente	1	681.66	681.66	56.81	24.33	28.40	82.82	56.81	930.83	11,169.95
Personal operativo										
Tanatopracta	1	750.26	750.26	62.52	24.33	31.26	91.16	62.52	1,022.05	12,264.59
Obreros	2	681.66	1,363.32	113.61	48.67	56.81	165.64	113.61	1,861.66	22,339.90
Guardia	2	681.66	1,363.32	113.61	48.67	56.81	165.64	113.61	1,861.66	22,339.90
TOTAL			7,866.97	655.58	243.33	327.79	955.84	655.58	10,705.09	128,461.12

Año 10

Cargo	N° de empleados	Salario bás. Un.	Total salario básico un.	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Fondo de reserva	Valor	
									Mensual	Anual
Personal administrativo										
Administrador	1	1,344.03	1,344.03	112.00	24.33	56.00	163.30	112.00	1,811.67	21,740.03
Contador	1	1,037.50	1,037.50	86.46	24.33	43.23	126.06	86.46	1,404.03	16,848.38
Vendedores	2	848.86	1,697.72	141.48	48.67	70.74	206.27	141.48	2,306.35	27,676.25
Asistente	1	749.83	749.83	62.49	24.33	31.24	91.10	62.49	1,021.48	12,257.75
Personal operativo										
Tanatopracta	1	825.28	825.28	68.77	24.33	34.39	100.27	68.77	1,121.82	13,461.85
Obreros	2	749.83	1,499.65	124.97	48.67	62.49	182.21	124.97	2,042.96	24,515.49
Guardia	2	749.83	1,499.65	124.97	48.67	62.49	182.21	124.97	2,042.96	24,515.49
TOTAL			8,653.67	721.14	243.33	360.57	1,051.42	721.14	11,751.27	141,015.23

Fuente: La autora

4.3.4. Servicios básicos

Lo conforma el pago por el gasto que agrupa las asignaciones destinadas a la adquisición de servicios necesarios para el funcionamiento de las entidades. Comprende servicios tales como: servicio telefónico, energía eléctrica y agua, entre otros.

Tabla 46

Servicios básicos

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Valor	
			Mensual	Anual
Luz eléctrica	1	90.00	90.00	1,080.00
Agua Potable	1	120.00	120.00	1,440.00
Servicio telefónico	1	25.00	25.00	300.00
Internet	1	45.00	45.00	540.00
TOTAL			280.00	3,360.00
CAPITAL DE TRABAJO			840.00	

Fuente: La autora

Los servicios básicos proyectados para su pago anual, ascienden a 3,360.00 USD, de los cuales 280.00 corresponde a la necesidad de pago mensual, y el capital de trabajo es 280.00 correspondiente a la necesidad de pago de los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa.

4.3.5. Suministros de limpieza

Este gasto corresponde a todos los productos de limpieza que se adquieren con el fin de mantener adecuadamente las instalaciones del camposanto, el mismo que permitirá que los clientes se sientan a gusto en las instalaciones del camposanto, además de contar con todos los implementos básicos de aseo y desinfección.

Tabla 47

Suministros de limpieza

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Valor	
			Mensual	Anual
Papel higiénico (paquetes x 12)	2	12.00	24.00	288.00
Jabón líquido (galón)	2	18.00	36.00	432.00
Gel antiséptico (galón)	2	23.00	46.00	552.00
Desinfectante de baños (galón)	4	10.00	40.00	480.00
Aromatizador de pisos (galón)	4	13.00	52.00	624.00
Escobas	1	4.00	4.00	48.00
Trapeadores	1	7.00	7.00	84.00
Fundas de basura (paquetes 10 unid.)	5	0.85	4.25	51.00
TOTAL			213.25	2,559.00
CAPITAL DE TRABAJO			639.75	

Fuente: La autora

Los suministros de limpieza proyectados para su adquisición anual, ascienden a 2,559.00 USD, de los cuales 213.00 corresponde a la necesidad de adquisición mensual, y el capital de trabajo es 639.75 correspondiente a la necesidad de adquisición de los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa.

4.3.6. Publicidad y propaganda

Este rubro corresponde al gasto que se realiza con el fin de dar a conocer los productos y servicios que brinda el camposanto.

Tabla 48

Publicidad y propaganda

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Valor	
			Mensual	Anual
Hojas volantes	10000	0.03	300.00	3,600.00
Publicaciones prensa escrita	10	40.00	400.00	4,800.00
Valla publicitaria (arrendamiento)	2	400.00	800.00	9,600.00
Publicidad radial	10	45.00	450.00	5,400.00
Diseño de página web (mantenimiento)	2	60.00	120.00	1,440.00
TOTAL			2,070.00	24,840.00
CAPITAL DE TRABAJO			6,210.00	

Fuente: La autora

El gasto de publicidad y propaganda, proyectados para su adquisición anual, ascienden a 24,840.00 USD, de los cuales 2,070.00 corresponde a la necesidad de adquisición mensual, y el capital de trabajo es 6,210.00 correspondiente a la necesidad de adquisición de los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa.

4.3.7. Combustible y mantenimiento

Este corresponde a la necesidad de compra de combustible para el vehículo de la empresa, así como para la máquina cortadora de césped. Además corresponde al mantenimiento que se debe realizar a estos equipos mecánicos.

Tabla 49

Combustible y mantenimiento

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Valor	
			Mensual	Anual
Combustible (galones)	8	2.10	16.80	201.60
Mantenimiento	1	35.00	35.00	420.00
TOTAL			51.80	621.60
CAPITAL DE TRABAJO			155.40	

Fuente: La autora

El gasto por combustible y mantenimiento, proyectados para su adquisición anual ascienden a 621.60 USD, de los cuales 51.80 corresponde a la necesidad de adquisición mensual, y el capital de trabajo es 155.40 correspondiente a la necesidad de adquisición de los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa.

4.3.8. Gastos varios

Este rubro corresponde a una provisión para gastos que no se encuentren presupuestados ni estipulados en otros rubros.

Tabla 50

Gastos varios

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Valor	
			Mensual	Anual
Gastos Varios	1	75.00	75.00	900.00
TOTAL			75.00	900.00
CAPITAL DE TRABAJO			225.00	

Fuente: La autora

El rubro de gastos varios, proyectados para su adquisición anual, ascienden a 900.00 USD, de los cuales 75.00 corresponde a la necesidad de adquisición mensual, y el capital de trabajo es 225.00 correspondiente a la necesidad de adquisición de los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa.

4.3.9. Total capital de trabajo

Tabla 51

Capital de trabajo total

Capital de trabajo	
Detalle	Costo trimestral
Materiales directos	17,998.92
Servicios básicos	840.00
Suministros de limpieza	639.75
Publicidad y propaganda	6,210.00
Combustible y mantenimiento	155.40
Sueldos y salarios nómina	14,453.96
Gastos varios	225.00
Gatos de constitución	1,500.00
TOTAL	42,625.04

Fuente: La autora

4.4. Inversión del proyecto

Existen distintas definiciones de inversión que han dado prestigiosos economistas. Entre ellas, podemos citar por ejemplo, la de Tarragó Sabaté que dice que la

inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación. Renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa.

Peumans, dice que la inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social.

Así podríamos citar a diversos autores más, que han dado definiciones parecidas, o con ligeras diferencias o matices pero que en general todas vienen a decirnos que las inversiones consisten en un proceso por el cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de expectativas de obtener unos beneficios también líquidos. a lo largo de un plazo de tiempo, denominado vida útil. u horizonte temporal del proyecto.

De esta definición, hay que resaltar:

- a) Liquidez de los recursos financieros vinculados.
- b) Certeza (más o menos exacta) del desembolso inicial.
- c) Incertidumbre de los beneficios futuros.

Ciertos autores, establecen como elementos de la inversión:

- 1) El sujeto de la inversión (generalmente empresa).
- 2) El objeto de la inversión (ejemplo: adquisición de equipo).
- 3) El coste de la inversión o inversión inicial. Desembolso que hay que hacer en el momento cero para llevar adelante el proyecto.
- 4) La corriente de cobros y pagos líquidos que originará la inversión durante su vida útil.
- 5) El tiempo (y momentos) durante el cual el proyecto generará flujos financieros. (Martos, 2012)

A continuación se presenta el detalle de la inversión en la que se debe incurrir para poder iniciar las actividades del Camposanto Jardines de Paz Cía. Ltda.

Tabla 52

Total inversión requerida

Activos fijos		
Terreno	392,330.25	49.09%
Edificio e Infraestructura	316,036.56	39.54%
Vehículo	19,900.00	2.49%
Muebles y enseres	16,557.00	2.07%
Equipo de cómputo	6,285.00	0.79%
Equipo y maquinaria	5,485.00	0.69%
Subtotal activos fijos	756,593.81	94.67%
Capital de trabajo		
Gastos de constitución	2,102.00	0.26%
Materiales directos	17,998.92	2.25%
Servicios básicos	840.00	0.11%
Suministros de limpieza	639.75	0.08%
Publicidad y propaganda	6,210.00	0.78%
Combustible y mantenimiento	155.40	0.02%
Sueldos y salarios nómina	14,453.97	1.81%
Gastos varios	225.00	0.03%
Subtotal capital de trabajo para 3 meses	42,625.04	5.33%
Total inversión	799,218.85	100.00%

Fuente: La autora

La inversión que requiere el Camposanto Jardines de Paz Cía. Ltda, es de 798,762.63 USD. de los cuales la inversión en activos representa el 94.72%, y el restante 5.28% corresponde al capital de trabajo requerido para poder llevar a cabo las operaciones de los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa.

4.5. Financiamiento de la inversión

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a

préstamo que complementan los recursos propios. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos, empréstitos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo. (Definición, 2012)

4.5.1. Estructura de financiamiento

En este parte se presenta la manera como se va a cubrir la inversión inicial requerida para la empresa.

Tabla 53

Estructura de la inversión

Estructura financiera	Valor	Porcentaje
Recursos propios	497,330.25	62.23%
Financiamiento	301,888.60	37.77%
Total inversión	799,218.85	100.00%

Fuente: La autora

4.5.2. Distribución de recursos propios

De acuerdo al aporte de los socios, los recursos propios para la inversión son:

Tabla 54

Distribución recursos propios

Socios	Aporte	Participación
José Chávez	196,165.13	39.44%
Silvia Chávez	196,165.13	39.44%
Martin Pazmiño	35,000.00	7.04%
Elizabeth Villacrés	35,000.00	7.04%
Ernesto Pazmiño	35,000.00	7.04%
Total	497,330.25	100.00%

Fuente: La autora

El aporte de los dos primeros socios tiene una participación en la empresa del 78.89%, esto se debe a que estos son dueños del terreno en el que se va a llevar a cabo la construcción del Camposanto.

4.5.3. Amortización del crédito bancario

Para cubrir la inversión inicial, se requiere del financiamiento del 37.77% de la inversión total, para lo cual se recurre a solicitar un crédito en el Banco Internacional.

El monto del préstamo asciende a 301,888.60 USD, con una tasa de interés del 10.35% anual, a 10 años plazo.

Para la amortización de la deuda, se la realizará bajo el método de cuotas fijas, esto quiere decir que en el período de tiempo establecido se pagará el mismo valor constantemente.

En este sistema las cuotas que se pagan para amortizar la deuda son todas iguales, con lo cual al ser los intereses sobre saldos variables, hacen que las amortizaciones reales también sean variables, para que la suma de los dos conceptos se mantenga constante e igual a la cuota.

En este sistema son importantes los siguientes elementos:

P = valor actual de la deuda, o importe recibido en préstamo.

C = cuota o servicio constante, pagadero a fin de cada período.

i = tasa de interés que cobra el acreedor, correspondiente al período de la cuota.

n = número de períodos o cantidad de cuotas.

$$C = P * \frac{i(1+i)^n}{(1+i) - 1}$$

A continuación se remplazan los valores en la ecuación y se procede al cálculo de la tasa fija en la que se amortizará el préstamo:

$$C = 331,888.60 * \frac{0.1035(1 + 0.1035)^{10}}{(1 + 0.1035)^{10} - 1}$$

$$C = 49,872.10$$

Por lo tanto la cuota anual que será pagada por concepto de intereses bancarios y amortización de capital es de **49,872.10 USD**, misma que corresponde a pagos mensuales de **4,156.01 USD**

4.5.4. Amortización de la deuda

Datos	Valor
Monto del Crédito	\$ 301,432.38
Tasa de Interés	10.35%
Plazo	10 años
Cuota Anual	49,872.10

Tabla 55

Amortización de la deuda

Tabla de amortización de la deuda					
No. Períodos	Deuda	Interés	Amortización	Cuota mensual	Saldo de capital
1	301,888.60	31,245.47	18,626.63	49,872.10	283,261.97
2	283,261.97	29,317.61	20,554.49	49,872.10	262,707.48
3	262,707.48	27,190.22	22,681.87	49,872.10	240,025.61
4	240,025.61	24,842.65	25,029.45	49,872.10	214,996.16
5	214,996.16	22,252.10	27,620.00	49,872.10	187,376.16
6	187,376.16	19,393.43	30,478.67	49,872.10	156,897.49
7	156,897.49	16,238.89	33,633.21	49,872.10	123,264.29
8	123,264.29	12,757.85	37,114.25	49,872.10	86,150.04
9	86,150.04	8,916.53	40,955.57	49,872.10	45,194.47
10	45,194.47	4,677.63	45,194.47	49,872.10	-

Fuente: La autora

4.6. Costos, gastos e ingresos del proyecto

4.6.1. Costos y gastos

En general todo desembolso pasado, presente o futuro del efectivo puede tener los siguientes efectos.

- a) Los desembolsos pueden gastarse. es decir. son egresos atribuibles a los ingresos del período. Los contadores suelen tratar como gastos los consumos de bienes y servicios que no son de la fábrica, o sea los consumidos en la comercialización, administración, dirección y asesoría.
- b) Otros desembolsos suelen capitalizarse, es decir permiten adquirir bienes o derechos permanentes como activos fijos y cargos diferidos, que serán sometidos a depreciaciones, amortizaciones y agotamiento futuro. La asignación del gasto por depreciación. amortización o agotamiento deberá efectuarse para aquellos activos fijos y cargos diferidos utilizados por los segmentos administrativos que no son la fábrica, en tanto que deberán inventariarse aquellos valores de depreciación y amortización que se refieren a los activos fijos y cargos de fábrica. (Zapata, 2007)

4.6.2. Elementos del costo

- *Materiales o materia prima:* Constituyen todos los bienes, ya sea que se encuentren en estado natural o hayan tenido algún tipo de transformación previa. requeridos para la producción de un bien.
- *Mano de obra:* Se denomina a la fuerza creativa del hombre, de carácter físico o intelectual, requerida para transformar con la ayuda de máquinas, equipos o tecnología los materiales en productos terminados.
- *Otros insumos:* Constituyen aquellos ingredientes materiales e inmateriales complementarios que son indispensables para generar un bien o un servicio, conforme fue concebido originalmente.

4.6.3. Costos fijos

Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los **Costos fijos** varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

Por definición, los Costos fijos no cambian durante un periodo específico. Por lo tanto, a diferencia de los variables, no dependen de la cantidad de bienes o servicios producidos durante el mismo periodo (Por lo menos dentro de un rango de producción).

Son los costos que la empresa debe pagar sin importar la cantidad de productos que se venda. (Promo Negocios, 2008)

Tabla 56

Costos fijos anuales

Costos fijos anuales	
Detalle	Año 1
Mano de obra directa	25,721.87
Servicios básicos	3,360.00
Suministro de limpieza	2,559.00
Publicidad y propaganda	24,840.00
Gastos varios	900.00
Gastos de constitución	2,102.00
Sueldos y salarios	32,093.98
Depreciación activos fijos	24,080.82
Interés préstamo bancario	31,245.47
Total	146.903.15

Fuente: La autora

4.6.1. Costos variables

Como su nombre lo indica, el costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción.

Todo aquel costo que aumenta o disminuye según aumente o disminuya la producción, se conoce como costo variable. (Gerencie, 2012)

Tabla 57

Costos variables anuales

Costos variables anuales	
Detalle	Año 1
Sepultura nichos	20,543.48
Sepultura lotes de 2 y 3 cuerpos	33,724.17
Sepultura panteones	26,021.74
Servicio exequial básico anual	71,995.68
Combustible y mantenimiento	621.6
TOTAL	152,906.67

Fuente: La autora

Tabla 58

Costos totales anuales

Costos anuales	
Detalle	Año 1
Costos fijos	146,903.15
Costos variables	152,906.67
Total	299,809.82

Fuente: La autora

4.6.2. Proyección a 10 años de costos fijos y variables

Tabla 59

Proyección a 10 años de costos fijos y variables

Resumen de egresos	Año 1		Año 2		Año 3	
	C. Fijos	C. Variables	C. Fijos	C. Variables	C. Fijos	C. Variables
<i>Sepultura nichos</i>		20,543.48		22,597.83		24,857.61
<i>Sepultura lotes de 2 y 3 cuerpos</i>		33,724.17		37,096.59		40,806.25
<i>Sepultura panteones</i>		26,021.74		28,623.91		31,486.30
<i>Servicio exequial básico anual</i>		71,995.68		79,195.25		87,114.77
Materiales directos	0.00	152,285.07	0.00	167,513.58	0.00	184,264.94
Mano de obra directa	25,721.88		29,932.26		32,779.49	
<i>Servicios básicos</i>	3,360.00		3,696.00		4,065.60	
<i>Combustible y mantenimiento</i>		621.60		683.76		752.14
<i>Suministro de limpieza</i>	2,559.00		2,814.90		3,096.39	
Costos indirectos	5,919.00	621.60	6,510.90	683.76	7,161.99	752.14
Costo de ventas	31,640.88	152,906.67	36,443.16	168,197.34	39,941.48	185,017.07
<i>Publicidad y propaganda</i>	24,840.00		27,324.00		30,056.40	
<i>Gastos varios</i>	900.00		990.00		1,089.00	
<i>Gastos de constitución</i>	2,102.00					
<i>Sueldos y salarios</i>	32,093.98		37,410.18		41,005.20	
<i>Depreciación activos fijos</i>	24,080.82		24,080.82		24,081.45	
Gastos de administración y ventas	84,016.80	0.00	89,805.00	0.00	96,232.05	0.00
<i>Interés préstamo bancario</i>	31,245.47		29,317.61		27,190.22	
Gastos financieros	31,245.47	0.00	29,317.61	0.00	27,190.22	0.00
Total egresos	146,903.15	152,906.67	155,565.78	168,197.34	163,363.75	185,017.07

Resumen de egresos	Año 4		Año 5		Año 6	
	C. Fijos	C. Variables	C. Fijos	C. Variables	C. Fijos	C. Variables
<i>Sepultura nichos</i>		27,343.37		30,077.71		33,085.48
<i>Sepultura lotes de 2 y 3 cuerpos</i>		44,886.88		49,375.56		54,313.12
<i>Sepultura panteones</i>		34,634.93		38,098.43		41,908.27
<i>Servicio exequial básico anual</i>		95,826.25		105,408.88		115,949.76
Materiales Directos	0.00	202,691.43	0.00	222,960.57	0.00	245,256.63
Mano de Obra Directa	35,911.44		39,356.58		43,146.24	
<i>Servicios básicos</i>	4,472.16		4,919.38		5,411.31	
<i>Combustible y mantenimiento</i>		827.35		910.08		1,001.09
<i>Suministro de limpieza</i>	3,406.03		3,746.63		4,121.30	
Costos indirectos	7,878.19	827.35	8,666.01	910.08	9,532.61	1,001.09
Costo de ventas	43,789.63	203,518.78	48,022.59	223,870.66	52,678.85	246,257.72
<i>Publicidad y propaganda</i>	33,062.04		36,368.24		40,005.07	
<i>Gastos varios</i>	1,197.90		1,317.69		1,449.46	
<i>Gastos de constitución</i>						
<i>Sueldos y salarios</i>	44,959.72		49,309.69		54,094.66	
<i>Depreciación activos fijos</i>	21,986.03		21,986.03		18,006.03	
Gastos de administración y ventas	101,205.69	0.00	108,981.65	0.00	113,555.22	0.00
<i>Interés préstamo bancario</i>	24,842.65		22,252.10		19,393.43	
Gastos financieros	24,842.65	0.00	22,252.10	0.00	19,393.43	0.00
Total egresos	169,837.97	203,518.78	179,256.35	223,870.66	185,627.50	246,257.72

Resumen de egresos	Año 7		Año 8		Año 9		Año 10	
	C. Fijos	C. Variables						
<i>Sepultura nichos</i>		36,394.02		40,033.43		44,036.77		48,440.45
<i>Sepultura lotes de 2 y 3 cuerpos</i>		59,744.43		65,718.87		72,290.76		79,519.84
<i>Sepultura panteones</i>		46,099.10		50,709.01		55,779.91		61,357.90
<i>Servicio exequial básico anual</i>		127,544.74		140,299.21		154,329.13		169,762.05
Materiales Directos	0.00	269,782.29	0.00	296,760.52	0.00	326,436.57	0.00	359,080.23
Mano de Obra Directa	47,314.87		51,900.35		56,944.39		62,492.83	
<i>Servicios básicos</i>	5,952.44		6,547.69		7,202.46		7,922.70	
<i>Combustible y mantenimiento</i>		1,101.20		1,211.32		1,332.45		1,465.70
<i>Suministro de limpieza</i>	4,533.42		4,986.77		5,485.44		6,033.99	
Costos indirectos	10,485.87	1,101.20	11,534.46	1,211.32	12,687.90	1,332.45	13,956.69	1,465.70
Costo de ventas	57,800.73	270,883.50	63,434.81	297,971.85	69,632.29	327,769.03	76,449.52	360,545.93
<i>Publicidad y propaganda</i>	44,005.58		48,406.13		53,246.75		58,571.42	
<i>Gastos varios</i>	1,594.40		1,753.85		1,929.23		2,122.15	
<i>Gastos de constitución</i>								
<i>Sueldos y salarios</i>	59,358.13		65,147.94		71,516.74		78,522.41	
<i>Depreciación activos fijos</i>	18,006.03		18,006.03		18,006.03		18,006.03	
Gastos de administración y ventas	122,964.14	0.00	133,313.95	0.00	144,698.74	0.00	157,222.01	0.00
<i>Interés préstamo bancario</i>	16,238.89		12,757.85		8,916.53		4,677.63	
Gastos financieros	16,238.89	0.00	12,757.85	0.00	8,916.53	0.00	4,677.63	0.00
Total egresos	197,003.76	270,883.50	209,506.61	297,971.85	223,247.56	327,769.03	238,349.16	360,545.93

4.6.3. Ingresos

Los ingresos del proyecto se generan por la venta de los productos y servicios, en el estudio de mercado se consideró el mercado efectivo que va a hacer uso del Camposanto Jardines de Paz Cía. Ltda., además se establece el precio de venta de acuerdo a un producto innovador, debido a que en la ciudad de Riobamba no se cuenta con el tipo de servicio que se ofrece, además que la competencia que no es directa, abarca otro tipo de mercado, debido a que en el estudio se estableció que se va a captar la porción de mercado de un estrato social alto ascendente.

Tabla 60

Ingresos anuales

Ingresos	Año 1
DEMANDA INSATISFECHA	140
<i>% Nichos</i>	<i>54.35%</i>
<i>Número de nichos</i>	<i>76</i>
<i>Precio unitario de nichos</i>	<i>1,600.00</i>
<i>% Lotes de 2 y 3 cuerpos</i>	<i>27.54%</i>
<i>Número de lotes de 2 y 3 cuerpos</i>	<i>39</i>
<i>Precio unitario de lotes</i>	<i>2,000.00</i>
<i>% Panteones familiares</i>	<i>18.12%</i>
<i>Número de panteones familiares</i>	<i>25</i>
<i>Precio unitario de panteones</i>	<i>2,300.00</i>
Ingreso total por nichos	121,739.13
Ingreso total por lotes	77,101.45
Ingreso total por panteones	58,333.33
TOTAL INGRESOS SERVICIOS DE INHUMACIÓN	257,173.91
Precios servicio exequial básico	850.00
TOTAL INGRESO SERVICIOS EXEQUIALES	119,000.00
TOTAL INGRESOS ANUALES	376,173.91

Fuente: La autora

Para determinar el requerimiento de cada servicio de inhumación se consideró las respuestas obtenidas en la pregunta N° 4 del estudio de mercado.

4.7. Punto de equilibrio

El análisis del punto de equilibrio estudia la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado. (Didier, 2006)

4.7.1. Determinación punto de equilibrio dólares

El punto de equilibrio en unidades monetarias (dólares), indica el punto en el que los costos y gastos han sido cubiertos por el ingreso anual en ventas.

La fórmula que se utiliza es la siguiente:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

Tabla 61

Costos e ingresos totales

Costos e ingresos	
Detalle	Totales
Costos fijos	146.903.15
Costos variables	152.906.67
Ingresos por ventas	376.173.91

Fuente: La autora

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{146,903.15}{1 - \frac{152,906.67}{376,173.91}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 247,511.15$$

Para el año 2012 el Punto de Equilibrio es de 247,511.15 USD, por lo tanto este es el punto de producción y ventas con el que se alcanza a cubrir costos, es decir en este punto la utilidad es igual a cero.

4.7.2. Determinación punto de equilibrio por número de productos

La fórmula a ser utilizada es la siguiente:

$$PE \text{ Unidades} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario}}$$

Tomando en cuenta que la empresa vende dos tipos de productos o servicios, los mismos que corresponden a Servicios Exequiales, y Servicios de Inhumación, para lo cual se calcula un punto de equilibrio para cada producto. La distribución de los costos e ingresos es la siguiente:

Tabla 62

Distribución costos variables

Distribución costos variable		
Detalle	C. Total	C. Unitario
Costos variables servicios exequiales	72,617.28	518.69
Costos variables servicios inhumación	80,289.39	573.50
Costos variables totales	152,906.67	

Fuente: La autora

Costo unitario determinado en base a la demanda insatisfecha, que refleja que el uso del camposanto será de 140 unidades.

Tabla 63

Distribución costos fijos

Distribución costos fijos		
Costos fijos servicios exequiales	31.63%	46,471.79
Costos fijos servicios inhumación	68.37%	100,431.36
Costos fijos totales	100.00%	146.903.15

Fuente: La autora

Distribución realizada en base al porcentaje que aporta el costo variable para cada producto.

Tabla 64

Ingresos por productos

Distribución de ingresos por productos		
Detalle	C. Total	C. Unitario
Ingresos por servicios exequiales	119,000.00	850.00
Ingresos por servicios inhumación	257,173.91	1,836.96
Ingresos totales	376,173.91	

Fuente: La autora

Punto de equilibrio servicios exequiales

$$PE_{unidades} = \frac{46.471,79}{850 - 518,69}$$

$$PE_{unidades} = 140$$

Al vender 138 servicios exequiales, se logra cubrir todos los gastos y costos que su prestación de servicio genera, es decir en este punto la utilidad es cero.

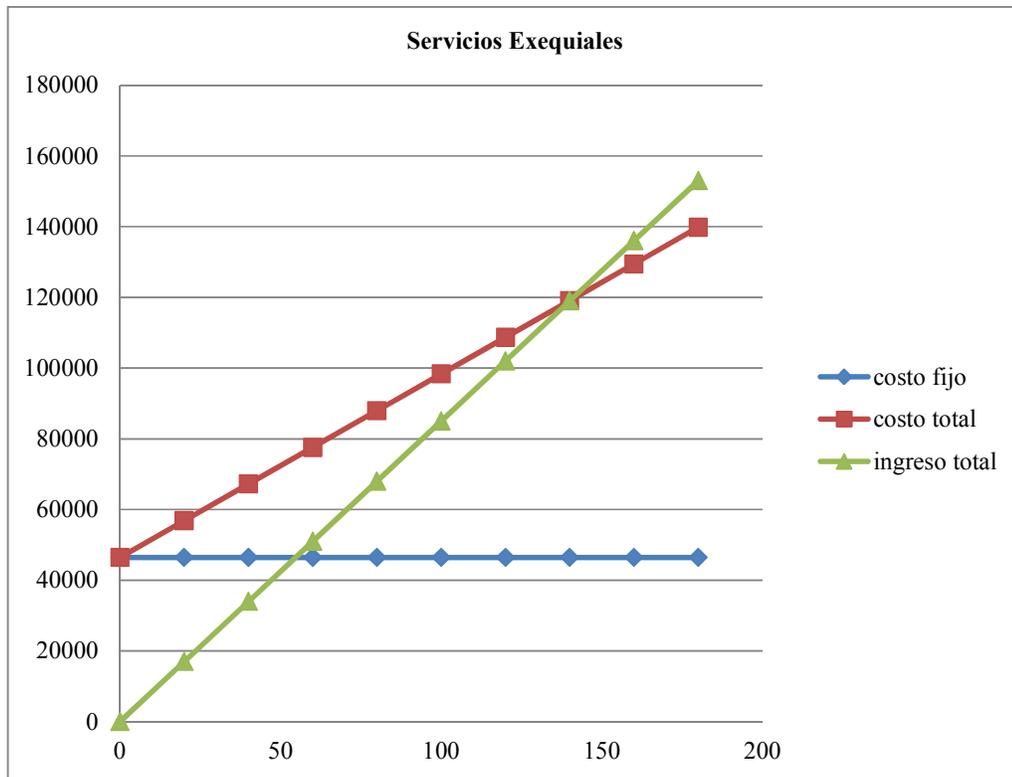


Figura 25. Punto de equilibrio servicios exequiales

Fuente: La autora

Punto de equilibrio servicios de inhumación

$$PE_{unidades} = \frac{100,431.36}{1,836.96 - 573.00}$$

$$PE_{unidades} = 79$$

Al vender 79 servicios de inhumación, se logra cubrir todos los gastos y costos que su producción genera, es decir en este punto la utilidad es cero.

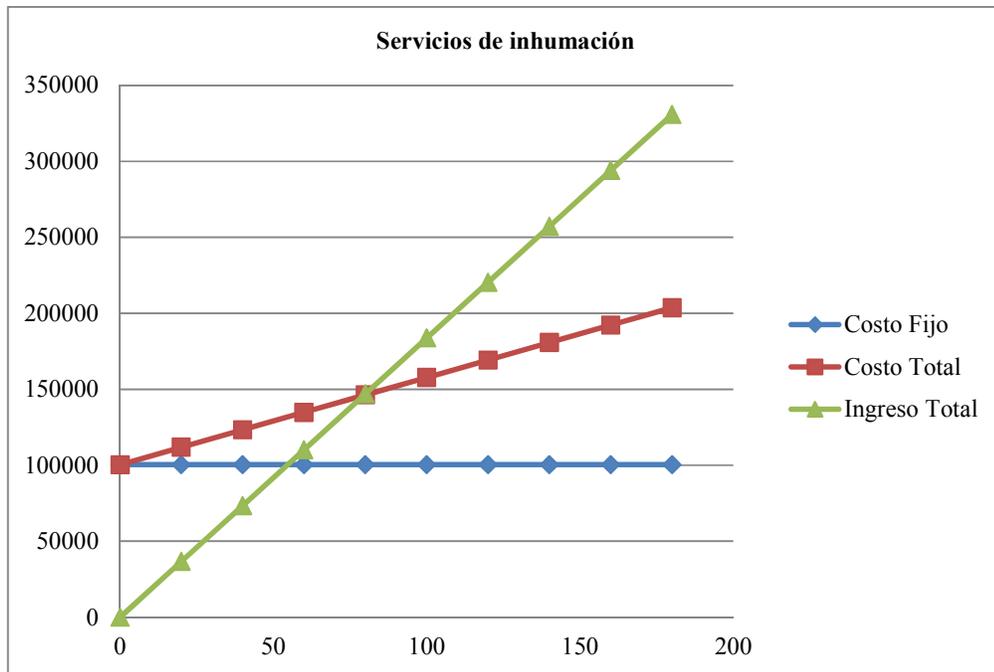


Figura 26. Punto de equilibrio servicios inhumación

Fuente: La autora

4.8. Proyección de costos, gastos e ingresos del proyecto

A continuación se presenta la proyección de costos, gastos e ingresos del proyecto, para lo cual se ha tomado las siguientes consideraciones:

- Las unidades vendidas anualmente corresponden a la demanda insatisfecha determinada en el estudio de mercado. considerando la tasa de mortalidad. el mercado objetivo y mercado efectivo.
- Para cada año se ha considerado un incremento del 10% tanto para ingresos como para gastos

4.8.1. Proyección de costos y gastos a 10 años

Tabla 65

Proyección de costos y gastos

Resumen de egresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Sepultura nichos</i>	20,543.48	22,597.83	24,857.61	27,343.37	30,077.71
<i>Sepultura lotes de 2 y 3 cuerpos</i>	33,724.17	37,096.59	40,806.25	44,886.88	49,375.56
<i>Sepultura panteones</i>	26,021.74	28,623.91	31,486.30	34,634.93	38,098.43
<i>Servicio Exequial Básico Anual</i>	71,995.68	79,195.25	87,114.77	95,826.25	105,408.88
Materiales Directos	152,285.07	167,513.58	184,264.94	202,691.43	222,960.57
Mano de Obra Directa	25,721.88	29,932.26	32,779.49	35,911.44	39,356.58
<i>Servicios Básicos</i>	3,360.00	3,696.00	4,065.60	4,472.16	4,919.38
<i>Combustible y Mantenimiento</i>	621.6	683.76	752.14	827.35	910.08
<i>Suministro de Limpieza</i>	2,559.00	2,814.90	3,096.39	3,406.03	3,746.63
Costos Indirectos	6,540.60	7,194.66	7,914.13	8,705.54	9,576.09
COSTO DE VENTAS	184,547.55	204,640.50	224,958.55	247,308.41	271,893.25
<i>Publicidad y Propaganda</i>	24,840.00	27,324.00	30,056.40	33,062.04	36,368.24
<i>Gastos Varios</i>	900	990	1,089.00	1,197.90	1,317.69
<i>Sueldos y Salarios</i>	32,093.98	37,410.18	41,005.20	44,959.72	49,309.69
<i>Gastos de Constitución</i>	2,102.00				
<i>Depreciación Activos Fijos</i>	24,080.82	24,080.82	24,081.45	21,986.03	21,986.03
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	84,016.80	89,805.00	96,232.05	101,205.69	108,981.65
<i>Interés Préstamo Bancario</i>	31,245.47	29,317.61	27,190.22	24,842.65	22,252.10
GASTOS FINANCIEROS	31,245.47	29,317.61	27,190.22	24,842.65	22,252.10
TOTAL EGRESOS	299,809.82	323,763.12	348,380.82	373,356.75	403,127.01

Resumen de egresos	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<i>Sepultura nichos</i>	33,085.48	36,394.02	40,033.43	44,036.77	48,440.45
<i>Sepultura lotes de 2 y 3 cuerpos</i>	54,313.12	59,744.43	65,718.87	72,290.76	79,519.84
<i>Sepultura panteones</i>	41,908.27	46,099.10	50,709.01	55,779.91	61,357.90
<i>Servicio Exequial Básico Anual</i>	115,949.76	127,544.74	140,299.21	154,329.13	169,762.05
Materiales Directos	245,256.63	269,782.29	296,760.52	326,436.57	359,080.23
Mano de Obra Directa	43,146.24	47,314.87	51,900.35	56,944.39	62,492.83
<i>Servicios Básicos</i>	5,411.31	5,952.44	6,547.69	7,202.46	7,922.70
<i>Combustible y Mantenimiento</i>	1,001.09	1,101.20	1,211.32	1,332.45	1,465.70
<i>Suministro de Limpieza</i>	4,121.30	4,533.42	4,986.77	5,485.44	6,033.99
Costos Indirectos	10,533.70	11,587.07	12,745.78	14,020.36	15,422.39
COSTO DE VENTAS	298,936.57	328,684.23	361,406.65	397,401.32	436,995.45
<i>Publicidad y Propaganda</i>	40,005.07	44,005.58	48,406.13	53,246.75	58,571.42
<i>Gastos Varios</i>	1,449.46	1,594.40	1,753.85	1,929.23	2,122.15
<i>Sueldos y Salarios</i>	54,094.66	59,358.13	65,147.94	71,516.74	78,522.41
<i>Gastos de Constitución</i>					
<i>Depreciación Activos Fijos</i>	18,006.03	18,006.03	18,006.03	18,006.03	18,006.03
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	113,555.22	122,964.14	133,313.95	144,698.74	157,222.01
<i>Interés Préstamo Bancario</i>	19,393.43	16,238.89	12,757.85	8,916.53	4,677.63
GASTOS FINANCIEROS	19,393.43	16,238.89	12,757.85	8,916.53	4,677.63
TOTAL EGRESOS	431,885.22	467,887.26	507,478.45	551,016.59	598,895.09

Fuente: La autora

4.8.2. Proyección de ingresos a 10 años

Tabla 66

Proyección de ingresos

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DEMANDA INSATISFECHA	140	142	145	147	149
% Nichos	54.35%	54.35%	54.35%	54.35%	54.35%
Número de nichos	76	77	79	80	81
Precio unitario de nichos	1,600.00	1,760.00	1,936.00	2,129.60	2,342.56
% Lotes de 2 y 3 cuerpos	27.54%	27.54%	27.54%	27.54%	27.54%
Número de lotes de 2 y 3 cuerpos	39	39	40	40	41
Precio unitario de lotes	2,000.00	2,200.00	2,420.00	2,662.00	2,928.20
% Panteones familiares	18.12%	18.12%	18.12%	18.12%	18.12%
Número de panteones familiares	25	26	26	27	27
Precio unitario de panteones	2,300.00	2,530.00	2,783.00	3,061.30	3,367.43
Ingreso total por nichos	121,739.13	135,826.09	152,565.22	170,136.52	189,696.43
Ingreso total por lotes	77,101.45	86,023.19	96,624.64	107,753.13	120,141.08
Ingreso total por panteones	58,333.33	65,083.33	73,104.17	81,523.75	90,896.21
TOTAL INGRESOS SERVICIOS DE INHUMACIÓN	257,173.91	286,932.61	322,294.02	359,413.40	400,733.72
Precios Servicio Exequial Básico	850.00	935.00	1,028.50	1,131.35	1,244.49
TOTAL INGRESO SERVICIOS EXEQUIALES	119,000.00	132,770.00	149,132.50	166,308.45	185,428.27
Total ingresos anuales	376,173.91	419,702.61	471,426.52	525,721.85	586,161.98

Ingresos	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
DEMANDA INSATISFECHA	152	154	157	159	162
<i>% Nichos</i>	<i>54.35%</i>	<i>54.35%</i>	<i>54.35%</i>	<i>54.35%</i>	<i>54.35%</i>
<i>Número de nichos</i>	<i>83</i>	<i>84</i>	<i>85</i>	<i>86</i>	<i>88</i>
<i>Precio Unitario de nichos</i>	<i>2,576.82</i>	<i>2,834.50</i>	<i>3,117.95</i>	<i>3,429.74</i>	<i>3,772.72</i>
<i>% Lotes de 2 y 3 cuerpos</i>	<i>27.54%</i>	<i>27.54%</i>	<i>27.54%</i>	<i>27.54%</i>	<i>27.54%</i>
<i>Número de Lotes de 2 y 3 cuerpos</i>	<i>42</i>	<i>42</i>	<i>43</i>	<i>44</i>	<i>45</i>
<i>Precio Unitario de lotes</i>	<i>3,221.02</i>	<i>3,543.12</i>	<i>3,897.43</i>	<i>4,287.18</i>	<i>4,715.90</i>
<i>% Panteones Familiares</i>	<i>18.12%</i>	<i>18.12%</i>	<i>18.12%</i>	<i>18.12%</i>	<i>18.12%</i>
<i>Número de panteones familiares</i>	<i>28</i>	<i>28</i>	<i>28</i>	<i>29</i>	<i>29</i>
<i>Precio Unitario de panteones</i>	<i>3,704.17</i>	<i>4,074.59</i>	<i>4,482.05</i>	<i>4,930.25</i>	<i>5,423.28</i>
Ingreso total por nichos	212,867.41	237,235.13	266,042.25	296,374.45	332,163.07
Ingreso total por lotes	134,816.03	150,248.91	168,493.42	187,703.82	210,369.94
Ingreso total por panteones	101,998.97	113,675.16	127,478.58	142,012.76	159,161.47
TOTAL INGRESOS SERVICIOS DE INHUMACIÓN	449,682.40	501,159.20	562,014.25	626,091.03	701,694.48
Precios Servicio Exequial Básico	1,368.93	1,505.83	1,656.41	1,822.05	2,004.26
TOTAL INGRESO SERVICIOS EXEQUIALES	208,077.89	231,897.33	260,056.30	289,706.03	324,689.40
Total ingresos anuales	657,760.29	733,056.54	822,070.54	915,797.06	1,026,383.87

Fuente: La autora

4.9. Estados de situación financiera

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son documentos que debe preparar la empresa al terminar el ejercicio contable, con el fin de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades de su empresa a lo largo de un período a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para la administración, gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

La mayoría de estos documentos constituye el producto final de la contabilidad y son elaborados de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados, normas contables o normas de información financiera.

Los estados financieros son las herramientas más importantes con que cuentan las organizaciones para evaluar el estado en que se encuentran.

Objeto de los estados financieros

El objetivo de los estados financieros es proveer información sobre el patrimonio del ente emisor a una fecha y su evolución económica y financiera en el período que abarcan, para facilitar la toma de decisiones económicas. Se considera que la información a ser brindada en los estados financieros debe referirse a los siguientes aspectos del ente emisor:

- Su situación patrimonial a la fecha de dichos estados.
- Un resumen de las causas del resultado asignable a ese lapso.
- La evolución de su patrimonio durante el período.
- La evolución de su situación financiera por el mismo período.
- Otros hechos que ayuden a evaluar los montos, momentos e incertidumbres de los futuros flujos de fondos que los inversores y acreedores recibirán del ente por distintos conceptos. (Lozano, 2011)

4.9.1. Balance general inicial

El Balance General o estado de situación financiera, muestra la posición financiera de la empresa a la fecha de corte del ejercicio contable. Clasifica los conceptos en activo y en pasivo.

Finalidad de este informe: Mostrar los recursos económicos, los derechos que tienen los acreedores y la participación de la propiedad que poseen los dueños; es decir, se presenta una relación entre activo, pasivo y capital.

El activo está integrado por los bienes y derechos que son propiedad de una empresa, como el efectivo, las cuentas por cobrar a clientes y deudores diversos, maquinaria, muebles y enseres.

Las cuentas del activo se clasifican de acuerdo a la disponibilidad para convertirlas en dinero en efectivo. El activo es un valor controlado por la empresa puesto que son las propiedades que tiene en un momento dado a un valor histórico, original.

El pasivo representa las deudas y obligaciones a cargo de la empresa y está compuesto por la suma de dinero que se debe a proveedores, bancos, acreedores y algunas provisiones que se establezcan; por ejemplo, para el pago de impuestos, gratificaciones, etc.

El capital está representado por la propiedad que tienen los dueños o accionistas en la empresa, dicho de otra manera por la diferencia entre el activo y el pasivo.

El capital se forma por las aportaciones directas o indirectas, en especie o en efectivo que realizan los socios, de manera histórica (al inicio de la operación o de la constitución de la empresa) y en las oportunidades que les sean conferidas mediante la compra de acciones ordinarias de la sociedad. De tal forma que esa aportación inicial se conoce como capital social (Scribd, 2012)

Tabla 67

Estado de situación inicial

DETALLE	AÑO 0
ACTIVO	799,218.85
ACTIVO CORRIENTE	
Bancos	42,625.04
ACTIVOS NO CORRIENTES	
Propiedad. Planta y Equipo	756,593.81
Terreno	392,330.25
Edificio	316,036.56
Vehículo	19,900.00
Muebles y enseres	16,557.00
Equipo de cómputo	6,285.00
Equipo y maquinaria	5,485.00
PASIVO	301,888.60
Pasivos corrientes	
Préstamo bancario	301,888.60
CAPITAL	497,330.25
Capital social	497,330.25
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	799,218.85

Fuente: La autora

4.9.2. Estado resultados integrales

Es un documento que muestra los resultados obtenidos, su finalidad es, mostrar la utilidad o la pérdida que obtuvo la empresa en un periodo determinado y dar a conocer la forma en que se generó el resultado de las operaciones para tomar decisiones. Por tanto, tiene las siguientes características:

Es un documento *básico*, porque proporciona información que muestra si se obtuvieron utilidades o pérdidas; *dinámico*, porque los datos que suministra corresponden a un periodo determinado; y. *sintético*, ya que la información que presenta es en forma global. (Scribd, 2012)

Tabla 68

Estado de resultados integrales, proyectado a 10 años.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	376,173.91	419,702.61	471,426.52	525,721.85	586,161.98
(-) COSTO DE VENTAS	184,547.55	204,640.50	224,958.55	247,308.41	271,893.25
Materiales Directos	152,285.07	167,513.58	184,264.94	202,691.43	222,960.57
Mano de Obra Directa	25,721.88	29,932.26	32,779.49	35,911.44	39,356.58
Costos Indirectos	6,540.60	7,194.66	7,914.13	8,705.54	9,576.09
(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	191,626.37	215,062.11	246,467.97	278,413.44	314,268.74
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	84,016.80	89,805.00	96,232.05	101,205.69	108,981.65
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	107,609.56	125,257.11	150,235.92	177,207.76	205,287.08
(-) GASTOS FINANCIEROS	31,245.47	29,317.61	27,190.22	24,842.65	22,252.10
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	76,364.09	95,939.49	123,045.70	152,365.11	183,034.98
(-) 15% Participación a Trabajadores	11,454.61	14,390.92	18,456.85	22,854.77	27,455.25
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	64,909.48	81,548.57	104,588.84	129,510.34	155,579.73
(-) 22% Impuesto a la Renta	14,280.09	17,940.69	23,009.55	28,492.27	34,227.54
(=) UTILIDAD NETA	50,629.39	63,607.88	81,579.30	101,018.07	121,352.19
(-) 10% Reserva Legal	5,062.94	6,360.79	8,157.93	10,101.81	12,135.22
(=) Utilidad neta del ejercicio	45,566.45	57,247.10	73,421.37	90,916.26	109,216.97

Detalle	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
VENTAS	657,760.29	733,056.54	822,070.54	915,797.06	1,026,383.87
(-) COSTO DE VENTAS	298,936.57	328,684.23	361,406.65	397,401.32	436,995.45
Materiales Directos	245,256.63	269,782.29	296,760.52	326,436.57	359,080.23
Mano de Obra Directa	43,146.24	47,314.87	51,900.35	56,944.39	62,492.83
Costos Indirectos	10,533.70	11,587.07	12,745.78	14,020.36	15,422.39
(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	358,823.72	404,372.31	460,663.89	518,395.74	589,388.42
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	113,555.22	122,964.14	133,313.95	144,698.74	157,222.01
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	245,268.50	281,408.17	327,349.94	373,697.00	432,166.41
(-) GASTOS FINANCIEROS	19,393.43	16,238.89	12,757.85	8,916.53	4,677.63
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	225,875.07	265,169.28	314,592.09	364,780.47	427,488.79
(-) 15% Participación a Trabajadores	33,881.26	39,775.39	47,188.81	54,717.07	64,123.32
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	191,993.81	225,393.89	267,403.28	310,063.40	363,365.47
(-) 22% Impuesto a la Renta	42,238.64	49,586.66	58,828.72	68,213.95	79,940.40
(=) UTILIDAD NETA	149,755.17	175,807.23	208,574.56	241,849.45	283,425.06
(-) 10% Reserva Legal	14,975.52	17,580.72	20,857.46	24,184.95	28,342.51
(=) Utilidad neta del ejercicio	134,779.65	158,226.51	187,717.10	217,664.51	255,082.56

Fuente: La autora

4.9.3. Flujo de Caja

Es un documento que muestra en forma condensada la información sobre el manejo (obtención y aplicación) de los fondos o recursos durante un período determinado, generando como resultado el cambio que se produjo en el efectivo de la entidad o empresa y que puede afectar la solvencia o liquidez. La finalidad de este documento es:

- Mostrar información sobre la obtención y la aplicación del efectivo.
- Mostrar los cambios ocurridos en las inversiones y financiamientos a corto y largo plazo.

Es un documento que se caracteriza porque es:

- Básico. ya que proporciona información que muestra la liquidez o solvencia de la empresa.
- Dinámico. pues muestra datos que corresponden a un periodo determinado. (Scribd, 2012)

Tabla 69

Flujo del efectivo, proyectado a 10 años.

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS DE EFECTIVO						
Ventas de Contado		376,173.91	419,702.61	471,426.52	525,721.85	586,161.98
Saldo inicial de caja		42,625.04	48,079.22	51,605.56	53,005.13	49,961.71
Préstamo	301,888.60					
TOTAL INGRESOS	301,432.38	418,798.95	467,781.83	523,032.08	578,726.98	636,123.69
(-) Inversión Activos Fijos	756,593.81					
(-) Inversión Capital de Trabajo	42,625.04					
(-) Costo de Ventas		184,547.55	204,640.50	224,958.55	247,308.41	271,893.25
Materiales Directos		152,285.07	167,513.58	184,264.94	202,691.43	222,960.57
Mano de Obra Directa		25,721.88	29,932.26	32,779.49	35,911.44	39,356.58
Costos Indirectos de Fabricación		6,540.60	7,194.66	7,914.13	8,705.54	9,576.09
(-) Gastos de Administración y Ventas		84,016.80	89,805.00	96,232.05	101,205.69	108,981.65
(-) Cuentas por pagar préstamo		49,872.10	49,872.10	49,872.10	49,872.10	49,872.10
Amortización Préstamo		18,626.63	20,554.49	22,681.87	25,029.45	27,620.00
Gasto Financiero		31,245.47	29,317.61	27,190.22	24,842.65	22,252.10
(-) Participación Trabajadores 15%		11,454.61	14,390.92	18,456.85	22,854.77	27,455.25
(-) Impuesto a la Renta 22%		14,280.09	17,940.69	23,009.55	28,492.27	34,227.54
TOTAL EGRESOS	799,218.85	344,171.15	376,649.21	412,529.10	449,733.24	492,429.79
(=) FLUJO DE CAJA	-497,786.47					
(+) Depreciaciones activos fijos		24,080.82	24,080.82	24,081.45	21,986.03	21,986.03
FLUJO NETO DE CAJA	-497,786.47	98,708.62	115,213.44	134,584.43	150,979.77	165,679.93

DETALLE	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS DE EFECTIVO					
Ventas de Contado	657,760.29	733,056.54	822,070.54	915,797.06	1,026,383.87
Saldo inicial de caja	44,327.74	31,855.10	16,227.92	-2,880.30	-25,829.84
Préstamo					
TOTAL INGRESOS	702,088.03	764,911.64	838,298.47	912,916.76	1,000,554.04
(-) Inversión Activos Fijos					
(-) Inversión Capital de Trabajo					
(-) Costo de Ventas	298,936.57	328,684.23	361,406.65	397,401.32	436,995.45
Materiales Directos	245,256.63	269,782.29	296,760.52	326,436.57	359,080.23
Mano de Obra Directa	43,146.24	47,314.87	51,900.35	56,944.39	62,492.83
Costos Indirectos de Fabricación	10,533.70	11,587.07	12,745.78	14,020.36	15,422.39
(-) Gastos de Administración y Ventas	113,555.22	122,964.14	133,313.95	144,698.74	157,222.01
(-) Cuentas por pagar préstamo	49,872.10	49,872.10	49,872.10	49,872.10	49,872.10
Amortización Préstamo	30,478.67	33,633.21	37,114.25	40,955.57	45,194.47
Gasto Financiero	19,393.43	16,238.89	12,757.85	8,916.53	4,677.63
(-) Participación Trabajadores 15%	33,881.26	39,775.39	47,188.81	54,717.07	64,123.32
(-) Impuesto a la Renta 22%	42,238.64	49,586.66	58,828.72	68,213.95	79,940.40
TOTAL EGRESOS	538,483.79	590,882.51	650,610.23	714,903.18	788,153.28
(=) FLUJO DE CAJA					
(+) Depreciaciones activos fijos	18,006.03	18,006.03	18,006.03	18,006.03	18,006.03
FLUJO NETO DE CAJA	181,610.27	192,035.15	205,694.26	216,019.62	230,406.78

Fuente: La autora

4.9.4. Balance general

La descripción de este balance es el mismo mencionado en el literal 4.9.1, que hace referencia al Balance general inicial, a continuación se presenta el Balance general proyectado a 10 años.

Tabla 70

Balance general proyectado a 10 años

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos	856,956.31	855,977.22	860,401.55	864,691.51	867,741.39
Activos corrientes	124,443.32	147,545.05	176,050.83	202,326.81	227,362.72
Caja	124,443.32	147,545.05	176,050.83	202,326.81	227,362.72
Activos no corrientes	732,512.99	708,432.17	684,350.73	662,364.70	640,378.67
Terreno	392,330.25	392,330.25	392,330.25	392,330.25	392,330.25
Edificación e infraestructura	316,036.56	316,036.56	316,036.56	316,036.56	316,036.56
Vehículo	19,900.00	19,900.00	19,900.00	19,900.00	19,900.00
Muebles y enseres	16,557.00	16,557.00	16,557.00	16,557.00	16,557.00
Equipo de cómputo	6,285.00	6,285.00	6,285.00	6,285.00	6,285.00
Equipo y maquinaria	5,485.00	5,485.00	5,485.00	5,485.00	5,485.00
<i>(-) Depreciaciones</i>	<i>-24,080.82</i>	<i>-48,161.64</i>	<i>-72,243.08</i>	<i>-94,229.11</i>	<i>-116,215.14</i>
Pasivos	308,996.67	295,039.09	281,492.01	266,343.20	249,058.95
Pasivos corrientes	25,734.70	32,331.61	41,466.40	51,347.04	61,682.79
Participación trabajadores por pagar	11,454.61	14,390.92	18,456.85	22,854.77	27,455.25
Impuesto a la renta por pagar	14,280.09	17,940.69	23,009.55	28,492.27	34,227.54
Pasivos no corrientes	283,261.97	262,707.48	240,025.61	214,996.16	187,376.16
Obligaciones bancarias					
Préstamo por pagar	283,261.97	262,707.48	240,025.61	214,996.16	187,376.16
Patrimonio	547,959.64	560,938.13	578,909.55	598,348.32	618,682.44
Capital social	497,330.25	497,330.25	497,330.25	497,330.25	497,330.25
Reserva legal	5,062.94	6,360.79	8,157.93	10,101.81	12,135.22
Utilidades retenidas	45,566.45	57,247.10	73,421.37	90,916.26	109,216.97
Total pasivo mas patrimonio	856,956.319	855,977.22	860,401.55	864,691.51	867,741.39

Detalle	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Activos	880,102.81	885,763.82	898,072.38	907,305.19	924,819.04
Activos corrientes	257,730.17	281,397.20	311,711.80	338,950.64	374,470.51
Caja	257,730.17	281,397.20	311,711.80	338,950.64	374,470.51
Activos no corrientes	622,372.64	604,366.61	586,360.59	568,354.56	550,348.53
Terreno	392,330.25	392,330.25	392,330.25	392,330.25	392,330.25
Edificación e infraestructura	316,036.56	316,036.56	316,036.56	316,036.56	316,036.56
Vehículo	19,900.00	19,900.00	19,900.00	19,900.00	19,900.00
Muebles y enseres	16,557.00	16,557.00	16,557.00	16,557.00	16,557.00
Equipo de cómputo	6,285.00	6,285.00	6,285.00	6,285.00	6,285.00
Equipo y maquinaria	5,485.00	5,485.00	5,485.00	5,485.00	5,485.00
<i>(-) Depreciaciones</i>	<i>-134,221.17</i>	<i>-152,227.20</i>	<i>-170,233.22</i>	<i>-188,239.25</i>	<i>-206,245.28</i>
Pasivos	233,017.39	212,626.33	192,167.58	168,125.49	144,063.72
Pasivos corrientes	76,119.90	89,362.05	106,017.53	122,931.02	144,063.72
Participación trabajadores por pagar	33,881.26	39,775.39	47,188.81	54,717.07	64,123.32
Impuesto a la renta por pagar	42,238.64	49,586.66	58,828.72	68,213.95	79,940.40
Pasivos no corrientes	156,897.49	123,264.29	86,150.04	45,194.47	0.00
Obligaciones bancarias					
Préstamo por pagar	156,897.49	123,264.29	86,150.04	45,194.47	0.00
Patrimonio	647,085.42	673,137.48	705,904.81	739,179.70	780,755.32
Capital social	497,330.25	497,330.25	497,330.25	497,330.25	497,330.25
Reserva legal	14,975.52	17,580.72	20,857.46	24,184.95	28,342.51
Utilidades retenidas	134,779.65	158,226.51	187,717.10	217,664.51	255,082.56
Total pasivo mas patrimonio	880,102.81	885,763.82	898,072.38	907,305.19	924,819.04

Fuente: La autora

4.10. Análisis financiero

Análisis financiero como un proceso que comprende el estudio de los estados financieros y datos operativos de un negocio desde su recopilación, interpretación y comparación para asistir a los administradores, inversionistas y acreedores en la toma de decisiones.

El análisis financiero implica cálculos, interpretación de índices e indicadores y el estudio de tendencias en el entorno empresarial para saber si la situación financiera, los resultados operativos y la evolución de la empresa son satisfactorios o no.

La importancia fundamental del análisis financiero radica en que el análisis proporciona un rápido y óptimo conocimiento de la empresa. (Ecuador Contable, 2012)

4.10.1. Indicadores de liquidez

Son las razones financieras que nos facilitan las herramientas de análisis para establecer el grado de liquidez de una empresa y por ende su capacidad de generar efectivo para atender en forma oportuna el pago de las obligaciones contraídas. (BLIGOO, 2012)

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Razón Corriente} = \frac{125,887.34}{28,360.62}$$

La razón corriente es de **4.44 USD**, esto quiere decir que por cada dólar que se tiene en pasivos corrientes, se cuenta con 4.44 USD de activos corrientes, es decir que se tiene la capacidad suficiente en activos corrientes para cubrir las deudas a corto plazo.

4.10.2. Indicadores de endeudamiento

Los indicadores de endeudamiento permiten medir el nivel de financiamiento que tiene la empresa, determinando en que porcentaje participan los acreedores dentro del sistema de financiación, igualmente medir el riesgo que corren los acreedores, los dueños y da información importante acerca de los cambio que se deben hacer para lograr que el margen de rentabilidad no se perjudique por el alto endeudamiento que tenga la empresa. (BLIGOO, 2012)

$$\text{Razón de Endeudamineto} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}}$$

$$\text{Razón de endeudamineto} = \frac{311,194.51}{858,400.33}$$

Razón de endeudamiento es de 0.36, esto quiere decir que por cada dólar de activos con el que cuenta la empresa, debe 0.36 centavos.

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{311,194.51}{547,205.82}$$

El apalancamiento es de 0.57, esto quiere decir que la empresa tiene comprometido un 57% del capital para cubrir las deudas del año.

4.10.3. Indicadores de rentabilidad

Los indicadores de rendimiento o llamados también de rentabilidad, se utilizan para medir la efectividad que tiene la administración en el manejo de los costos y gastos, buscando que el margen de contribución se alto y obtener así un margen neto de utilidad favorable para la compañía. (BLIGOO, 2012)

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio Bruto}}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{49,875.57}{497,330.25}$$

La rentabilidad de patrimonio bruto para el primer año es 10%

$$\text{Margen bruto de la Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Margen bruto de la Utilidad} = \frac{193,182.00}{376,173.91}$$

El Margen Bruto de la Utilidad es de 51.35%

4.10.4. Valor actual neto

El Valor actual neto también conocido como valor actualizado neto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir. actualizar mediante una tasa) todos los *flujos de caja* futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

Para obtener el Valor Actual Neto, como primer paso se debe determinar la tasa mínima de rendimiento aceptable (TMAR) para lo que se debe considerar la siguiente información:

- Capital aportado por los socios.
- Préstamo o crédito bancario.
- Tasa pasiva o tasa que las entidades financieras pagarías por el dinero invertido en una póliza a plazo fijo de un año 8%.
- Tasa activa. es el interés que los bancos cobran cuando otorgan un crédito. 10.35%. tasa a la que se obtuvo el préstamo para el financiamiento de la inversión. (Haro, 2009)

Tabla 71

Determinación de la TMAR

Estructura financiera	Valor	Porcentaje	Estructura	TMAR
Recursos Propios	497,330.25	62.26%	10.35%	6.44%
Financiamiento	301,432.38	37.74%	8.00%	3.02%
Total inversión	798,762.63	100.00%		9.46%

Fuente: La autora

Tabla 72

Determinación del VAN

Período	Flujo	Factor	Flujo descontado
0	-497,786.47	1	-497,786.47
1	98,708.62	0.91	90,177.80
2	115,213.44	0.83	96,159.51
3	134,584.43	0.76	102,619.17
4	150,979.77	0.7	105,171.24
5	165,679.93	0.64	105,436.91
6	181,610.27	0.58	105,586.34
7	192,035.15	0.53	101,998.23
8	205,694.26	0.49	99,811.05
9	216,019.62	0.44	95,762.22
10	230,406.78	0.4	93,312.71
		VAN	498,248.72

Fuente: La autora

4.10.5. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno TIR, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la tasa de descuento. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido. (Didier, 2006)

Tabla 73

Determinación de la TIR

Período	Flujo
0	-497,786.47
1	98,708.62
2	115,213.44
3	134,584.43
4	150,979.77
5	165,679.93
6	181,610.27
7	192,035.15
8	205,694.26
9	216,019.62
10	230,406.78

Fuente: La autora

La tasa interna de retorno es **26%**, la misma que es superior que la TMAR que es de 9.46%, lo que indica que el proyecto es viable. El año de recuperación de la inversión es el sexto período.

4.10.6. Relación beneficio costo

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Mientras que la relación costo-beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto.

Tabla 74

Beneficio - costo

Período	Factor	Ingresos	Ingresos descontados	Egresos	Egresos descontados
1	0.91	376,173.91	343,663.36	325,544.52	297,409.57
2	0.83	419,702.61	350,292.45	356,094.73	297,204.00
3	0.76	471,426.52	359,457.61	389,847.22	297,254.28
4	0.7	525,721.85	366,213.42	424,703.79	295,845.08
5	0.64	586,161.98	373,027.14	464,809.79	295,799.92
6	0.58	657,760.29	382,415.06	508,005.12	295,348.95
7	0.53	733,056.54	389,358.23	557,249.30	295,979.36
8	0.49	822,070.54	398,901.38	613,495.99	297,692.69
9	0.44	915,797.06	405,975.90	673,947.61	298,763.23
10	0.4	1,026,383.87	415,676.41	742,958.81	300,891.76
TOTAL			3,784,980.96		2,972,188.85

Fuente: La autora

$$\text{Beneficio / Costo} = \frac{3,784,980.96}{2,972,188.85}$$

$$\text{Beneficio / Costo} = 1.27$$

Este índice nos indica que por cada dólar invertido, se obtendrá 0.27 de rentabilidad.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- De acuerdo al estudio de mercado. se llegó a demostrar que el 62% de las personas que se constituyen como jefes de hogares. estarían dispuestos a contratar con el Camposanto Jardines de Paz.
- Se establece que no existe competencia directa. en cuanto no hay ninguna empresa que preste servicios integrales, es decir que ofrezca servicios exequiales, y venda productos de inhumación, por lo que se ingresa al mercado como un producto innovador, determinando de esta manera los precios de los productos y servicios.
- Se determinó el lugar más adecuado para la construcción del camposanto. tomando en cuenta que se encuentra en un área urbana, que cuenta con todos los servicios básicos, además de contar con excelentes servicios de transporte.
- De acuerdo al estudio administrativo y legal, se determina que todos los accionistas, y las actividades que se van a realizar, cumplen con todos los requisitos establecidos por ley, por lo que se puede poner en marcha de manera inmediata el proyecto.
- En el estudio financiero se proyecta tanto ingresos como gastos, lo que permite a los inversionistas tener una visión clara del futuro de la empresa, que permitirán la toma adecuada de decisiones.
- En el análisis financiero del proyecto, considerando la TMAR se obtiene un VAN positivo, lo que determina que el proyecto es viable, además la tasa interna de retorno, se muestra mayor a la tasa mínima aceptable de retorno, lo que asevera la posición de que el proyecto es viable.

Recomendaciones

- Se recomienda a los inversionistas, que de acuerdo a lo obtenido del estudio de mercado, no es necesaria la implementación de ciertos productos de inhumación, debido a que no se haría fácil su venta y por ende la recuperación de la inversión.
- Considerando que la sectorización de la empresa es adecuada, se recomienda su pronta implementación, debido a que el estudio será útil, siempre y cuando el mercado mantenga el mismo comportamiento.
- Con el fin de que el Camposanto Jardines de Paz, mantenga su adecuado funcionamiento, es necesario que permanentemente se tenga conocimiento de los cambios en las disposiciones legales, que puedan afectar el curso normal de las actividades.
- Durante los 5 primeros años, es necesario el control permanente de los cambios en los Estados Financieros, considerando que es un producto innovador no se tiene claro cual puede ser el comportamiento del mercado a través del tiempo. por lo que es necesario su revisión constante, con el fin de tomar decisiones oportunas.

BIBLIOGRAFÍA

- Arteaga, M. (2012). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la confección de lencería hospitalaria en la zona Eloy Alfaro del DMQ*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Bravo, M. (2006). *Contabilidad General*. Quito: Editora Escobar.
- Burbano, J. (2007). *Presupuesto un enfoque moderno de la planeación y control de recursos*. Bogotá: Mc. Graw Hill.
- Chávez, A. M. (25 de Agosto de 2011). Diseño arquitectónico camposanto. (M. J. Chávez, Entrevistador)
- Haro, M. F. (2009). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAMPOSANTO EN LA CIUDAD DE LOJA*. QUITO: ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL.
- Harold, K. (1998). *ADMINISTRACIÓN: UNA PERSPECTIVA GLOBAL*. México: Mc Graw - Hill.
- I. Municipio de Riobamba. (2010). *Plan estratégico Riobamba*. Riobamba.
- Sapag, N. (2004). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.
- Zapata, P. (2007). *Contabilidad de Costos*. Bogotá: Mc. Graw Hill.

PÁGINAS WEB

- Asociación de Jóvenes Empresarios. (05 de Abril de 2012). *Proyecto GIRH*.
Obtenido de
http://www.proyectogirh.com/archivos/productos_girh/MISION.pdf
- Blasco, M. J. (s/f). *Cementerio de Valencia*. Recuperado el 5 de Octubre de 2011, de
http://cement_valencia.en.eresmas.com

- BLIGOO. (20 de Noviembre de 2012). *Bligoo.com*. Obtenido de <http://elblogfinanciero.bligoo.com.co/media/users/10/515026/files/48516/IndicadoresFinancieros.pdf>
- Buenas Tareas. (05 de Febrero de 2010). *buenastareas.com*. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Sueldos-y-Salarios-Conceptos/136172.html>
- DEFINICIÓN. (14 de Abril de 2012). *definición.de*. Obtenido de <http://definicion.de/analisis-financiero/>
- Definición. (15 de Septiembre de 2012). *Definición.org*. Obtenido de <http://www.definicion.org/financiamiento>
- Depreciación.net. (25 de Agosto de 2012). *Depreciación.net*. Obtenido de <http://www.depreciacion.net/activos-fijos.html>
- Didier, J. (01 de Enero de 2006). *Pymes Futuro*. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>
- Ecuador Contable. (05 de 11 de 2012). *Ecuador Contable ética profesional*. Obtenido de <http://www.ecuadorcontable.com/casa/index.php/biblioteca/financiera/analisis/82-analisis-financiero>
- Emprendedores by WordPress. (22 de 01 de 2013). *Emprendedores*.
- Gerencie. (25 de Agosto de 2012). *Gerencie.com*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/metodos-de-depreciacion.html>
- Gerencie. (04 de Septiembre de 2012). *Gerencie.net*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- Imaginactivo, P. (23 de Mayo de 2012). *manuelgross.bligoo.com*. Obtenido de <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/801220/Conceptos-sobre-la-Estructura-Organizacional.html>

- INEC. (2010). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS*. Recuperado el 25 de OCTUBRE de 2011, de http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=128&lang=es
- Lozano, R. (01 de Marzo de 2011). *Buenas Tareas*. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Estados-Financieros-Concepto-Objetivo-Clasificacion-Reglas-De/1784933.html>
- Mantilla, A. (21 de Agosto de 2012). *Scribd.com*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/39225008/Teoria-La-Cuenta>
- Mapas de Ecuador y sus provincias. (s.f.). *Mapas de Ecuador*. Recuperado el 25 de Junio de 2011, de <http://mapasdeecuador.blogspot.com/2009/02/mapa-de-la-provincia-de-chimborazo.html>
- Martos, L. (01 de Septiembre de 2012). *Zona Económica*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/inversion/definicion>
- O'DONNELL, P. (6 de ENERO de 2008). *SHVOOG*. Recuperado el 05 de OCTUBRE de 2011, de <http://es.shvoong.com/social-sciences/sociology/1739521-la-muerte-en-la-vida/>
- Promo Negocios. (01 de Enero de 2008). *promonegocios.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/costos/costos-fijos.html>
- Scribd. (29 de Septiembre de 2012). *Scribd. com*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/49892304/6/CLASIFICACION-DE-LOS-ESTADOS-FINANCIEROS>
- Servicio de Rentas internas. (27 de Febrero de 2012). *sri.gob.ec*. Obtenido de www.sri.gob.ec/web/guest/136@public
- Servicio de Rentas Internas. (15 de Julio de 2012). *sri.gob.ec*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/230@public>
- Servicio de Rentas Internas. (27 de Febrero de 2012). *sri.gob.ec*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/iva>

- Servicio de Rentas Internas. (27 de Febrero de 2012). *sri.gob.ec*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-a-la-renta>
- Thompson, I. (22 de 01 de 2013). *PromoNegocios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Universidad de Champagnat. (Agosto de 2002). *GestioPolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/la-estructura-organizacional.htm>
- Vallejo, M. (23 de Octubre de 2011). *Universidad Pontificia Comillas*. Obtenido de <http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1oMuestra.pdf>
- Ventanilla única empresarial Otavalo. (18 de Febrero de 2012). *Otavalo Empresarial*. Obtenido de <http://www.otavaloempresarial.com/servicios-de-la-vue/requisitos-para-constituir-una-compania>
- WordPress. (25 de 1 de 2012). *wordpress.org*. Recuperado el 25 de Enero de 2012, de <http://definicion.de/empresa/#ixzz2DvL5UPVC>

ANEXOS

Anexo No. 1 Cuestionario

CUESTIONARIO PARA ESTABLECER EL MERCADO POTENCIAL PARA EL CAMPOSANTO RIOBAMBA

Nombre del encuestado:.....N°. Celular:

sexo: m f Edad: Sector:

Fecha de la encuesta:.....Hora inicio:..... Hora finalización:.....

- 1) Considera que usted o su familia están preparados para resolver con tranquilidad todos los asuntos funerarios en caso de presentarse la pérdida de un ser querido?

Si

No

- 2) Si usted sufriría la pérdida de un ser querido en cuál de los siguientes sitios desearía que se realicen las honras fúnebres?

Funeraria Mendoza

Funeraria Monteolivo

Criptas de la Catedral

Senderos de luz

- 3) ¿Por cuál de los siguientes motivos seleccionó el sitio que mencionó en la pregunta anterior?

Por tradición

Inspira paz

Parece un jardín

Costos aceptables

4) ¿Cuál de los siguientes tipos de productos exequiales preferiría para su propio descanso y el de sus seres queridos?

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| Nichos | <input type="checkbox"/> |
| Lotes de dos y tres cuerpos | <input type="checkbox"/> |
| Panteones familiares | <input type="checkbox"/> |
| Parcelas | <input type="checkbox"/> |
| Mausoleos | <input type="checkbox"/> |
| Osarios | <input type="checkbox"/> |
| Columbarios | <input type="checkbox"/> |

5) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el tipo de producto exequial que escogió en la pregunta anterior?

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| Entre \$1.000 y \$1.500 | <input type="checkbox"/> |
| Entre \$1.500 y \$2.000 | <input type="checkbox"/> |
| Entre \$2.000 y \$2.500 | <input type="checkbox"/> |
| Entre \$2.500 y \$3.000 | <input type="checkbox"/> |
| Entre \$3.000 y \$3.500 | <input type="checkbox"/> |
| Entre \$3.500 y \$4.000 | <input type="checkbox"/> |

6) ¿Si usted sufre la pérdida de un ser querido y si existiera un camposanto en la zona urbana de riobamba. con ambiente lleno de jardines y áreas verdes, que ofrezca los siguientes productos y servicios exequiales:

Productos

Nichos
Lotes de dos y tres cuerpos
Panteones familiares

servicios

Servicio de florería
Cofres y urnas
Servicio de autocarroza

Parcelas	Transporte para clientes
Mausoleos	Servicios religiosos
Osarios	Tanatopraxia
Columbarios	Servicio de cremación
	Guardianía 24 horas

Usted estaría interesado en contratar con este camposanto para realizar en este sitio las honras fúnebres?

Si No

(si es que responde que sí a la pregunta 6. continuar con la pregunta 7 y luego a la pregunta 10)

7) ¿Si el costo de las honras fúnebres estaría en un costo promedio de \$2.500. usted estaría dispuesto a contratar con este camposanto?

Si No

(Si responde no a la pregunta 6 continuar con la pregunta 8)

8) ¿Por qué motivo no contrataría con este camposanto?

- No le llama la atención
- Prefiere lo tradicional
- No contesta
- Indeciso

(Si contesta no a la pregunta 7. continuar con la pregunta 9):

9) ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por este contrato?

\$.....

(Pregunta para todos):

10) ¿Qué le motivaría a adquirir un espacio de sepultura en este camposanto?

- Costo asequible
- Parece moderno
- Parece un jardín
- Los servicios
- Variedad de productos exequiales

11) ¿De las características del camposanto que le mencioné. a su criterio debería tener alguna más?

Si

No

(Si contesta que sí a la pregunta 12 continuar con la 13 y 14. sino pasar a la pregunta 14)

12) ¿Cuál otra característica debería tener?

- Fácil acceso para personas discapacitadas
- Información personalizada y permanente
- Ambiente más relajado
- Mayor seguridad
- Servicio de cafetería
- Suficientes parqueaderos

(Pregunta para todos):

13) ¿Cuándo requiera informarse sobre los productos y servicios exequiales que existen en el mercado. cuál es el medio que usted escogería?

- Internet
- Funerarias
- No contesta
- Recomendaciones de amigos o familiares
- Medios escritos

Anexo No. 2 Regulación para una compañía de responsabilidad limitada

LEY DE COMPANÍAS. REGULACIÓN PARA UNA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

SECCION V

DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

1. DISPOSICIONES GENERALES

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

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

En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente Sección.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio, y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

2. DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE

Art. 98.- Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

Art. 99.- No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

Art. 100.- Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada, en cuyo caso se hará constar, en la nómina de los socios, la denominación o razón social de la persona jurídica asociada.

Art. 101.- Las personas comprendidas en el Art. 7 del Código de Comercio no podrán asociarse en esta clase de compañías.

3. DEL CAPITAL

Art. 102.- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Art. 103.- Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

Art. 104.- Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas.

Estas serán avaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

Art. 105.- La constitución del capital o su aumento no podrá llevarse a cabo mediante suscripción pública.

Art. 106.- Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles. No se admitirá la cláusula de interés fijo.

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan.

Art. 107.- La participación de cada socio es transmisible por herencia. Si los herederos fueren varios, estarán representados en la compañía por la persona que designaren, igualmente, las partes sociales son indivisibles.

Art. 108.- No se admitirán prestaciones accesorias ni aportaciones suplementarias, sino en el caso y en la proporción que lo establezca el contrato social.

Art. 109.- La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social.

En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objeto.

Art. 110.- Si se acordare el aumento del capital social, los socios tendrán derecho de preferencia para suscribirlo en proporción a sus aportes sociales, a no ser que conste lo contrario del contrato social o de las resoluciones adoptadas para aumentar el capital.

Art. 111.- En esta compañía no se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicará la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte.

Art. 112.- La amortización de las partes sociales será permitida solamente en la forma que se establezca en el contrato social, siempre que, para el efecto, se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos.

Art. 113.- La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social.

La cesión se hará por escritura pública, el notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en el respectivo protocolo del notario.

4. DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS

Art. 114.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;
- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;
- d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;
- e) A no ser obligados al aumento de su participación social,
Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;
- f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;
- g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes, Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;
- h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.
En este caso se estará a lo dispuesto en los Arts. 249 y 250, en lo que fueren aplicables.
- i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercitarán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,

j) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

Art. 115.- Son obligaciones de los socios:

- a) Pagar a la compañía la participación suscrita, si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley;
- b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;
- c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;
- d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;
- e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;
- f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,
- g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

5. DE LA ADMINISTRACION

Art. 116.- La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

Art. 117.- Salvo disposición en contrario de la Ley o del contrato, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 118.- Son atribuciones de la junta general:

- a) Designar y remover administradores y gerentes;
- b) Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo;
- c) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;
- d) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades;
- e) Resolver acerca de la amortización de las partes sociales;
- f) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- g) Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- h) Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- i) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;
- j) Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley;
- k) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.

En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra; y,

- l) Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos.

Art. 119.- Las juntas generales son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o del gerente.

Las ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, las extraordinarias, en cualquier época en que fueren convocadas. En las juntas generales sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria, bajo pena de nulidad. Las juntas generales serán convocadas por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, al fijado para la reunión, o por los medios previstos en el contrato. Es aplicable a estas compañías lo establecido en el Art. 238.

Art. 120.- El o los socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán ejercer ante el Superintendente de Compañías el derecho concedido en el Art. 213. Si el contrato social estableciese un consejo de vigilancia, éste podrá convocar a reuniones de junta general en ausencia o por omisión del gerente o administrador, y en caso de urgencia.

Art. 121.- A las juntas generales concurrirán los socios personalmente o por medio de representante, en cuyo caso la representación se conferirá por escrito y con carácter especial para cada junta, a no ser que el representante ostente poder general, legalmente conferido.

Art. 122.- El acta de las deliberaciones y acuerdos de las juntas generales llevará las firmas del presidente y del secretario de la junta.

Se formará un expediente de cada junta, el expediente contendrá la copia del acta y de los documentos que justifiquen que las convocatorias han sido hechas en la forma señalada en la ley y en los estatutos. Se incorporarán también a dicho expediente todos aquellos documentos que hubieren sido conocidos por la junta.

Las actas podrán extenderse a máquina, en hojas debidamente foliadas, o ser asentadas en un libro destinado para el efecto.

Art. 123.- Los administradores o gerentes se sujetarán en su gestión a las facultades que les otorgue el contrato social y, en caso de no señalárseles, a las resoluciones de los socios tomadas en junta general. A falta de estipulación contractual o de resolución de la junta general, se entenderá que se hallan facultados para representar a la compañía judicial y extrajudicialmente y para realizar toda clase de gestiones,

actos y contratos, con excepción de aquellos que fueren extraños al contrato social, de aquellos que pudieren impedir que posteriormente la compañía cumpla sus fines y de todo lo que implique reforma del contrato social.

Art. 124.- Los administradores o gerentes estarán obligados a presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de sesenta días a contarse de la terminación del respectivo ejercicio económico, deberán también cuidar de que se lleve debidamente la contabilidad y correspondencia de la compañía y cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general.

Art. 125.- Los administradores o gerentes, estarán obligados a proceder con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente.

Los que faltaren a sus obligaciones son responsables, solidariamente si fueren varios, ante la compañía y terceros por el perjuicio causado.

Su responsabilidad cesará cuando hubieren procedido conforme a una resolución tomada por la junta general, siempre que oportunamente hubieren observado a la junta sobre la resolución tomada.

Art. 126.- Los administradores o gerentes que incurrieren en las siguientes faltas responderán civilmente por ellas, sin perjuicio de la responsabilidad penal que pudieren tener:

- a) Consignar, a sabiendas, datos inexactos en los documentos de la compañía que, conforme a la ley, deban inscribirse en el Registro Mercantil, o dar datos falsos respecto al pago de las aportaciones sociales y al capital de la compañía;
- b) Proporcionar datos falsos relativos al pago de las garantías sociales, para alcanzar la inscripción en el Registro Mercantil de las escrituras de disminución del capital, aún cuando la inscripción hubiere sido autorizada por el Superintendente de Compañías;
- c) Formar y presentar balances e inventarios falsos; y,
- d) Ocultar o permitir la ocultación de bienes de la compañía.

Art. 127.- La responsabilidad de los socios administradores de la compañía se extinguirá en conformidad con las disposiciones contenidas en los Arts. 264 y 265 y en la Sección VI de esta Ley.

Art. 128.- Sin perjuicio de la responsabilidad penal a que hubiere lugar, los administradores o gerentes responderán especialmente ante la compañía por los

daños y perjuicios causados por dolo, abuso de facultades, negligencia grave o incumplimiento de la ley o del contrato social. Igualmente responderán frente a los acreedores de la compañía y a los socios de ésta, cuando hubieren lesionado directamente los intereses de cualquiera de ellos.

Si hubieren propuesto la distribución de dividendos ficticios, no hubieren hecho inventarios o presentaren inventarios fraudulentos, responderán ante la compañía y terceros por el delito de estafa.

Art. 129.- Si hubiere más de dos gerentes o administradores, las resoluciones de éstos se tomarán por mayoría de votos, a no ser que en el contrato social se establezca obligatoriedad de obrar conjuntamente, en cuyo caso se requerirá unanimidad para las resoluciones.

Art. 130.- Los administradores o gerentes no podrán dedicarse, por cuenta propia o ajena, al mismo género de comercio que constituye el objeto de la compañía, salvo autorización expresa de la junta general.

Se aplicará a los administradores de estas compañías, la prohibición contenida en el inciso Segundo del Art. 261.

Art. 131.- Es obligación de los administradores o gerentes inscribir en el mes de enero de cada año, en el Registro Mercantil del cantón, una lista completa de los socios de la compañía, con indicación del nombre, apellido, domicilio y monto del capital aportado. Si no hubiere acaecido alteración alguna en la nómina de los socios y en la cuantía de las aportaciones desde la presentación de la última lista, bastará presentar una declaración en tal sentido.

Art. 132.- Son aplicables a los gerentes o administradores las disposiciones constantes en los Arts. 129 al 133, inclusive, del Código de Comercio.

Art. 133.- El administrador no podrá separarse de sus funciones mientras no sea legalmente remplazado. La renuncia que de su cargo presentare el administrador, surte efectos, sin necesidad de aceptación, desde la fecha en que es conocida por la junta general de socios. Si se tratare de administrador único, no podrá separarse de su cargo hasta ser legalmente remplazado, a menos que hayan transcurrido treinta días desde la fecha en que la presentó.

La junta general podrá remover a los administradores o a los gerentes por las causas determinadas en el contrato social o por incumplimiento de las obligaciones señaladas en los Arts. 124. 125 y 131. La resolución será tomada por una mayoría

que represente, por lo menos, las dos terceras partes del capital pagado concurrente a la sesión. En el caso del Art. 128 la junta general deberá remover a los administradores o a los gerentes.

Si en virtud de denuncia de cualquiera de los socios la compañía no tomare medidas tendientes a corregir la mala administración, el socio o socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán, libremente, solicitar la remoción del administrador o de los gerentes a un juez de lo civil. Este procederá ciñéndose a las disposiciones pertinentes para la remoción de los gerentes o de los administradores de las compañías anónimas.

Art. 134.- Toda acción contra los gerentes o administradores prescribirá en el plazo de tres meses cuando se trate de solicitar la remoción de dicho funcionario.

Art. 135.- En las compañías en las que el número de socios exceda de diez podrá designarse una comisión de vigilancia, cuyas obligaciones fundamentales serán velar por el cumplimiento, por parte de los administradores o gerentes, del contrato social y la recta gestión de los negocios.

La comisión de vigilancia estará integrada por tres miembros, socios o no, que no serán responsables de las gestiones realizadas por los administradores o gerentes, pero sí de sus faltas personales en la ejecución del mandato.

6. DE LA FORMA DEL CONTRATO

Art. 136.- La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5 y 6 del Art. 137 de esta Ley y, además, la indicación del valor pagado del capital suscrito, la forma en que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía.

De la resolución del Superintendente de Compañías que niegue la aprobación, se podrá recurrir ante el respectiva Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Art. 137.- La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por sí o por medio de apoderado, En la escritura se expresará:

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirarla; y,
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

Art. 138.- La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al Superintendente de Compañías por los administradores o gerentes o por la persona en ella designada. Si éstos no lo hicieren dentro de los treinta días de suscrito el contrato, lo hará cualquiera de los socios a costa del responsable de la omisión.

Art. 139.- Los administradores o los gerentes podrán ser designados en el contrato constitutivo o por resolución de la junta general, Esta designación podrá recaer en cualquier persona, socio o no, de la compañía.

En caso de remoción del administrador o del gerente designado en el contrato constitutivo o posteriormente, para que surta efecto la remoción bastará la inscripción del documentos respectiva en el Registro Mercantil.

Art. 140.- El pago de las aportaciones por la suscripción de nuevas participaciones podrá realizarse:

1. En numerario;
2. En especie, si la junta general hubiere resuelto aceptarla y se hubiere realizado el avalúo por los socios, o los peritos, conforme lo dispuesto en el Art. 104 de esta Ley;
3. Por compensación de créditos;
4. Por capitalización de reservas o de utilidades; y,
5. Por la reserva o superávit proveniente de revalorización de activos, con arreglo al reglamento que expedirá la Superintendencia de Compañías.

La junta general que acordare el aumento de capital establecerá las bases de las operaciones que quedan enumeradas.

En cuanto a la forma de pago del aumento de capital, se estará a lo dispuesto en el segundo inciso del Art. 102 de esta Ley.

Art. 141.- Cuando por disposición contractual se designen funcionarios de fiscalización en esta especie de compañía, se aplicarán las disposiciones del Capítulo 9. Sección VI.

Anexo No. 3 Proceso de creación de una nueva empresa

1.- Se puede emitir hasta 5 alternativas de nombres a la Super de Compañías, con el fin de que se aprueba un nombre.

2.- Luego se procede a realizar la minuta, revisada por el interesado y revisada por la Super de Compañías.

3.- Una vez aprobada la minuta, se hace aperturar la cuenta de integración en el Banco de llevando: original y copia de la minuta, copia de cédulas de los socios, aprobación del nombre, cuadro de integración de capital, todos estos requisitos con copias notariadas.

4.- Una vez hecha la apertura de la cuenta, y que todo se encuentre aprobado por el Banco se lleva al Notario, para elevar a escritura Pública.

5.- Luego de elevar la minuta a escritura pública, se lleva a la Super de Compañías 3 copias certificadas de la escritura, aprobación de nombre, para la elaboración del extracto para su publicación con una carta dirigida al Superintendente.

6.- La Súper entrega las escrituras aprobadas con el extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura.

7.- Se lleva al notario toda la documentación, para su marginación, con la resolución de la Súper.

8.- Se llama al Registro Mercantil para que se conceda el número de partida o de registro el cual debe de ir en los nombramientos antes de llevar al Registro Mercantil, esto va acompañado al Registro Mercantil de las escrituras marginadas, con los nombramientos de Gerente y de Presidente.

9.- Se lleva a la súper toda la documentación con formulario 01A, 01B. para que conceda el SRI para funcionamiento de la Compañía (petición con firma de Abogado), (nombramiento de Gerente, copia de cédula y certificado de votación, escritura certificada, resolución de la Súper y su aprobación, con su registro de sociedades y carta de luz, agua o teléfono.)

10.- Luego una vez que el SRI entrega el Ruc, se saca una copia y se lleva a la Súper de Compañías para que nos den la carta de solicitud para el Banco y poder retirar el capital que se aportó (capital pagado). Se lleva al Banco personalmente copia de su nombramiento, copia de su cédula y la carta de la Súper para el Banco.

Anexo No 4. Modelo de certificado de apertura de cuenta de integración

CERTIFICACION BANCO INTERNACIONAL

Número Operación: XXXXXXXX

Hemos recibido de:

Nombres	Aporte
José Chávez	100.00

Silvia Chávez	100.00
Martín Pazmiño	100.00
Elizabeth Villacrés	100.00
Ernesto Pazmiño	100.00

LA SUMA DE:

QUINIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA con 00/100.

Que depositan en una CUENTA DE INTEGRACION DE CAPITAL que se ha abierto en este banco un(a) COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA en formación que se denominara: CAMPOSANTO JARDINES DE PAZ CIA. LTDA.

El valor correspondiente a este certificado será puesto en cuenta a disposición de los administradores para lo cual deberán presentar al Banco la respectiva documentación que comprende: RUC, Estatutos y Nombramientos debidamente inscritos y la Resolución indicada que el trámite de constitución se encuentra concluido.

En caso de que no llegare a perfeccionarse la constitución de la COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA deberá entregar el Banco el presente certificado protocolizado y la autorización otorgada al efecto por el organismo o autoridad competente ante quien se presento para la aprobación.

Atentamente,

BANCO INTERNACIONAL

Riobamba a XXXXXXXX

FIRMA AUTORIZADA

FECHA

Anexo No. 5 Modelo de minuta para ser elevada a escritura pública

NOMBRE DEL NOTARIO/A

NÚMERO DE NOTARÍA

CONSTITUCION DE COMPAÑÍA DENOMINADA

“CAMPOSANTO JARDINES DE PAZ CÍA. LTDA.”

QUE OTORGA A LOS SRES.

JOSÉ ELIECER CHÁVEZ VALLEJO

SILVIA MARÍA CHÁVEZ VALLEJO

SANTIAGO MARTÍN PAZMIÑO CHÁVEZ

JOSEFINA ELIZABETH VILLACRÉS ALTAMIRANO

ERNESTO DAMIAN PAZMIÑO CHÁVEZ.

CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO: \$500

Escritura N° XXX

En esta ciudad de Riobamba, hoy día XXXXXXXX, ante mi doctor:XXXXXXXX, Notario Público NÚMERO DE NOTARIA de este Cantón, comparecen los señores José Eliecer Chávez Vallejo, Silvia María Chávez Vallejo, Santiago Martín Pazmiño Chávez, Josefina Elizabeth Villacrés Altamirano, Ernesto Damián Chávez Vallejo, mayores de edad, legalmente capaces de contratar y obligarse, domiciliados en la ciudad de Riobamba, todos comparecen por sus propios derechos, a quienes dé a conocer doy fe y me piden que eleve a escritura pública el contenido de la siguiente minuta cuyo temor literal que transcribe a continuación es el siguiente señor notario: En el protocolo de escrituras públicas a su cargo díganse de la cual consiste la constitución de Compañías existentes o que fueran a constituir: igualmente la compañía tiene la facultad de participar con compañías del estado conformando compañías de cualquier naturaleza.

Para el cumplimiento de sus actividades de compañías podrá realizar toda clase de actos y contratos civiles y/o mercantiles permitidos por la legislación vigente, Podrá en consecuencia, comparecer en la constitución de nuevas Personas Jurídicas, sean estas sociedades anónimas o de responsabilidad limitada, tengan o no objeto social a fin con la compañía.

*Artículo Tercero.- La compañía es de nacionalidad ecuatoriana y tendrá como domicilio principal el Distrito Metropolitano de Quito, República del Ecuador.

pudiendo establecer sucursales o agencias dentro del territorio nacional o fuera de este, de acuerdo con lo que se resuelva en la Junta General de socios.

*Artículo cuarto.- El plazo de la duración de la compañía es de 4 años contados a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil de Pichincha Quito, pudiendo restringirse o ampliarse este plazo por la resolución de la Junta de Socios, la conformidad con los estatutos y la Ley de Compañías, Del capital social y de los derechos y obligaciones de los socios.

*Artículo quinto.- El Capital social de la compañía es de: cuatrocientos cincuenta dólares americanos (\$ 450) Divididos en 100 acciones iguales, acumulativas e indivisibles de cuatro dólares con cincuenta centavos cada una y se constituyen de la siguiente forma:

“CAMPOSANTO JARDINES DE PAZ CÍA, LTDA,

Nomina de Accionistas		Participación	Porcentajes
1	José Eliecer Chávez Vallejo	\$100	20%
2	Silvia María Chávez Vallejo	\$100	20%
3	Santiago Martín Pazmiño Chávez	\$100	20%
4	Elizabeth Josefina Villacrés Altamirano	\$100	20%
5	Ernesto Damián Pazmiño Chávez	\$100	20%
TOTAL		\$500	100%

El capital suscrito y pagado en numerario por los socios en dinero en efectivo ha sido depositado en una cuenta de integración de capital, conforme se justifica con el respectivo certificado que se agrega como documento habilitante.

Artículo sexto.- Los comparecientes facultan a los señores: Santiago Martín Pazmiño Chávez y José Eliecer Chávez Vallejo, para que realicen todos los trámites necesarios para la legalización del presente instrumento y designa como presidente de la compañía a la señoría....

Artículo séptimo.- Solidaridad.- los Socios se comprometen a responder solidariamente a la compañía y terceros por el valor de las aportaciones de cada uno.-

Uds. Señor Notario, se dignará a agregar las demás cláusulas de estilo necesarias para la valides del presente instrumento público.

Firmado doctor NOMBRE DEL ABOGADO. Abogado con matrícula profesional N°XXXXXX del colegio de Abogados de Quito.- hasta aquí la minuta la misma que queda elevada escritura Pública con todo el valor legal. Para su otorgamiento se observaron todos los preceptos legales del caso.

Y leída que les fue íntegramente la presente por el notario, a los comparecientes estos se ramifican y forman conmigo en unidad de todo lo cual doy fe.

José Eliecer Chávez Vallejo

CI: 0600891949

Silvia María Chávez Vallejo

CI: 0601908007

Santiago Martín Pazmiño Chávez

CI: 1715905897

Josefina Elizabeth Villacrés Altamirano

CI: 1705482824

Ernesto Damián Pazmiño Chávez.

CI: 0601836554

Anexo No. 6 Modelo de resolución de registro mercantil

REGISRO MERCANTIL

DEL CANTON RIOBAMBA

Copia de la inscripción #XXXX en la matrícula de Comercio de este cantón, otorgado a favor de:

En Riobamba a XXXXX por orden del señor Juez XXXXX, conforme a lo dispuesto en el Artículo 22 del código de comercio, inscribo en el Libro de Matriculas de Comercio de este Cantón a: La Compañía CAMPOSANTO JARDINES DE PAZ CÍA LTDA. , la misma que se dedicara a las actividades comerciales en lo referente a: Productos exequiales y inhumación; así como los demás actos y contratos

mercantiles.- Actuara bajo la razón social ya mencionada, girara con un capital de quinientos 00/100 dólares de los estados unidos de América.- El domicilio lo señala en la ciudad de Riobamba. El modelo de firma que se usara es la misma que se halla al pie de la solicitud que archivó.-Se ha cumplido con todos los requisitos ordenados por la ley.

Es copia de la inscripción numero XXXXX en la Matricula de Comercio y de la inscripción numero XXX en el registro mercantil, tomo XXXX.-Se fijo un extracto, para conservarlo por 6 meses, según lo ordena la Ley asignado con el numero XXX.

Se anota en el repertorio bajo el número XXXX Riobamba, a XXXXXXXX

El registrador.

Dr. XXXXXXXXX.

Registrador mercantil

Del cantón Riobamba.

Anexo No. 7 Formulario RUC 01A

 REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS RESOLUCION 0079		INSCRIPCION Y ACTUALIZACION REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO			ORIGINAL: SRI www.sri.gov.ec		
				01 RUC			
A.- IDENTIFICACION Y UBICACION DE LA SOCIEDAD							
02 RAZON O DENOMINACION SOCIAL							
03 NACIONALIDAD DE LA SOCIEDAD				04 NOMBRE COMERCIAL			
05 PROVINCIA			06 CANTON		07 PARROQUIA		
08 CIUDADELA		09 BARRIO		10 CALLE		11 NUMERO	
12 INTERSECCION / MANZANA				13 CONJUNTO		14 BLOQUE	
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL				16 No. DE ORIGINA	17 CARRETERO	18 KM	
19 CAMINO				20 REFERENCIA			
21 TELEFONO 1		22 TELEFONO 2		23 TELEFONO 3		24 FAX	
25 CELULAR		26 APARTADO POSTAL		27 E-MAIL			
B.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD							
ORIGEN (Escriba una opción)			RAZON SOCIAL SOCIEDADES FUSIONADAS / ESCINDIDAS		RUC		
29 CONSTITUCION		31		32		33	
29 FUSION		33		34		35	
30 ESCISION		35		36		37	
C.- DATOS DE CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD							
37 FECHA DE CONSTITUCION			38 TIPO DE SOCIEDAD		39 No. EXPEDIENTE SUPER. DE CIAS		
año	mes	día	40 No. RESOLUCION SUPER. DE CIAS.		41 No. REG. MERCANTIL	42 NO. PATRONAL	
43 FECHA INSCRIPCION REGISTRO MERCANTIL			44 ORGANISMO REGULADOR				
año	mes	día	45 CAPITAL SUSCRITO		46 PATRIMONIO		
47 NOMBRE DEL CONTADOR				48 C.I. / RUC CONTADOR			
D.- IDENTIFICACION Y UBICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL / AGENTE DE RETENCION							
49 APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS				50 C.I. O PASAPORTE			
51 NACIONALIDAD		52 CARGO QUE DESEMPEÑA		53 FECHA DE NOMBRAMIENTO			
año	mes	día					
54 TIPO DE VISA (REP. LEGAL EXTRANJERO)		55 PROVINCIA		56 CALLE			
56 CANTON		57 PARROQUIA		58 TELEFONO			
59 NUMERO		60 INTERSECCION		61 E-MAIL			
62 REFERENCIA				63			
E.- IDENTIFICACION Y UBICACION DEL GERENTE GENERAL (O DE QUIEN HAGA SUS VECES)							
64 APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS				65 C.I. O PASAPORTE			
66 NACIONALIDAD		67 CARGO QUE DESEMPEÑA		68 FECHA DE NOMBRAMIENTO			
año	mes	día					
69 TIPO DE VISA (GERENTE EXTRANJERO)		70 PROVINCIA		71 CALLE			
70 CANTON		71 PARROQUIA		72 TELEFONO			
73 NUMERO		74 INTERSECCION		75 E-MAIL			
76 REFERENCIA				77			
F.- ACCIONISTAS Y SOCIOS							
RAZON SOCIAL / APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS		NACIONALIDAD	DOMICILIO FISCAL	CEDULA / RUC / PASAPORTE	TIPO DE VISA	% PART.	VALOR ACCIONES O PARTICIPACIONES
78							
79							
80							
81							
82							
83							
84							
85							
G.- ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL							
86 DESCRIPCION ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL							
87							
H.- INFORMACION ADICIONAL DE LA SOCIEDAD							
87 ES SOCIEDAD EMISORA DE TARJETAS DE CREDITO?		SI	NO	88 ES UN FIDEICOMISO?		SI	NO
89 ES UNA INSTITUCION FINANCIERA QUE GENERA OPERACIONES DE CREDITO?		SI	NO	90 ES UNA EMPRESA PUBLICA?		SI	NO
91 ES UN FIDEICOMISO?		SI	NO	92 ES UNA EMPRESA PUBLICA?		SI	NO

Anexo No. 8 Formulario RUC 01B

 REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS <small>RESOLUCION 0070</small>		INSCRIPCION Y ACTUALIZACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO				www.sri.gov.ec	
01						RUC	
02 RAZON O DENOMINACION SOCIAL							
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO							
03 NOMBRE COMERCIAL				04 APERTURA	CIERRE	ACTUALIZACION	No. ESTABLECIMIENTO
05 PROVINCIA		06 CANTON		07 PARROQUIA			
08 CIUDADELA		09 BARRIO		10 CALLE		11 NUMERO	
12 INTERSECCION / MANZANA				13 CONJUNTO		14 BLOQUE	
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL				16 No. DE ORIGINA		17 CARRETERO	
19 CAMINO		20 REFERENCIA		18		KM	
21 TELEFONO 1		22 TELEFONO 2		23 TELEFONO 3		24 FAX	
25 CELULAR		26 APARTADO POSTAL		27 E-MAIL			
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS							
28							
29							
30							
31							
32							
33							
34 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			35 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			36 FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS	
año	mes	día	año	mes	día	año	día
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO							
03 NOMBRE COMERCIAL				04 APERTURA	CIERRE	ACTUALIZACION	No. ESTABLECIMIENTO
05 PROVINCIA		06 CANTON		07 PARROQUIA			
08 CIUDADELA		09 BARRIO		10 CALLE		11 NUMERO	
12 INTERSECCION / MANZANA				13 CONJUNTO		14 BLOQUE	
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL				16 No. DE ORIGINA		17 CARRETERO	
19 CAMINO		20 REFERENCIA		18		KM	
21 TELEFONO 1		22 TELEFONO 2		23 TELEFONO 3		24 FAX	
25 CELULAR		26 APARTADO POSTAL		27 E-MAIL			
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS							
28							
29							
30							
31							
32							
33							
34 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			35 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			36 FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS	
año	mes	día	año	mes	día	año	día
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO							
03 NOMBRE COMERCIAL				04 APERTURA	CIERRE	ACTUALIZACION	No. ESTABLECIMIENTO
05 PROVINCIA		06 CANTON		07 PARROQUIA			
08 CIUDADELA		09 BARRIO		10 CALLE		11 NUMERO	
12 INTERSECCION / MANZANA				13 CONJUNTO		14 BLOQUE	
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL				16 No. DE ORIGINA		17 CARRETERO	
19 CAMINO		20 REFERENCIA		18		KM	
21 TELEFONO 1		22 TELEFONO 2		23 TELEFONO 3		24 FAX	
25 CELULAR		26 APARTADO POSTAL		27 E-MAIL			
DESCRIPCION ACTIVIDADES ECONOMICAS							
28							
29							
30							
31							
32							
33							
34 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			35 FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONOMICAS			36 FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS	
año	mes	día	año	mes	día	año	día