



UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

ESCUELA DE NEGOCIOS

INGENIERIA COMERCIAL

**TESIS PREVIA A LA OPTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO COMERCIAL**

TEMA:

**VENTA DE PLANES EXEQUIALES PRE-
NECESIDAD PARA LA FUNERARIA
“EL RETORNO”**

AUTOR:

JORGE LUIS VALAREZO ANDRADE

CUENCA – ECUADOR

AGOSTO DE 2010



UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

ESCUELA DE NEGOCIOS

INGENIERIA COMERCIAL

**TESIS PREVIA A LA OPTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO COMERCIAL**

TEMA

**VENTA DE PLANES EXEQUIALES
PRE-NECESIDAD PARA LA FUNERARIA
“EL RETORNO”**

AUTOR

Jorge Luis Valarezo Andrade

DIRECTOR

Ing. Fabián Patiño

CUENCA – ECUADOR

AGOSTO DE 2010

DECLARACIÓN

Yo, Jorge Luis Valarezo Andrade de nacionalidad ecuatoriano, declaro libre y voluntariamente que el proyecto de grado **“VENTA DE PLANES EXEQUIALES PRE-NECESIDAD PARA LA FUNERARIA EL RETORNO”**, es resultado de mi investigación original, auténtica y personal.

Jorge Luis Valarezo Andrade

CERTIFICACIÓN

El suscrito profesor director de tesis de grado **“VENTA DE PLANES EXEQUIALES PRE-NECESIDAD PARA LA FUNERARIA EL RETORNO”**, certifica que el señor Jorge Luis Valarezo Andrade es el autor exclusivo de la mencionada investigación.

Ing. Fabián Patiño
DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

Con entusiasmo, honestidad y orgullo dedico el presente proyecto a Dios principalmente por haberme permitido culminar con éxito mis estudios, esperando me sigas acompañando en cada uno de los retos que me imponga la vida.

A mi familia por haberme guiado y educado siempre y por brindarme su mano amiga y su apoyo incondicional a lo largo mi carrera universitaria.

Y por ultimo pero no menos importantes a todos mis profesores y personal administrativo de la Universidad del Pacífico quienes con paciencia supieron entregar sus conocimientos y satisfacer mis inquietudes, así como a mis amigos por compartir junto a mí esta experiencia maravillosa que es la universidad y abrirme sus corazones para formar parte de sus vidas.

AGRADECIMIENTO

Sin lugar a dudas este agradecimiento va para mi director de tesis, el Ing. Fabián Patiño quien con sus conocimientos académicos y experiencia en el ámbito empresarial me ayudó a culminar esta tesis de grado y con sus consejos me hizo dar cuenta de que no me equivoque al escoger esta carrera que llena mi corazón y que cumple con las expectativas de lo que yo quiero ser en la vida “un gran empresario”.

RESUMEN EJECUTIVO

El cuidado de la vida del ser humano es obligación de cada individuo y de la sociedad. Varias instituciones públicas y privadas se entregan a tal objetivo. De igual forma otras importantes empresas se dedican a brindar atención a quien ha fallecido a los familiares y relacionados. La sociedad requiere que haya servicios exequiales para tratar con respeto a quién ha muerto y que sea también posible recordarle y rendirle los tributos de afecto o admiración que son parte de la relación familiar, de la amistad o del sentimiento de la colectividad.

La ciudad de Loja tiene un mercado de más o menos de 136.000 habitantes. Esto desprende el nacimiento del proyecto que busca ya no esperar a que las personas fallezcan o tengan una enfermedad grave para venderles los servicios fúnebres; si no llegar a todas las personas aumentando de esta forma la cantidad de clientes con un techo mayor del negocio. De esta forma se está utilizando el valor de prevención, que es adquirir o hacer algo por adelantado a un acontecimiento futuro.

Funeraria El Retorno es una empresa que ingresó al mercado en enero del 2009 como iniciativa del grupo de gestión que se realizó como requisito previo a la elaboración de tesis para la obtención de grado de ingeniería comercial en la Universidad del Pacífico. Esta empresa viene brindando sus servicios a la sociedad lojana por varios meses obteniendo una buena aceptación gracias a los precios económicos y a su excelente atención. Por esta razón y para cubrir las nuevas demandas se propone la factibilidad de poner en marcha la venta de planes exequiales prepagados con el fin de brindar mayores servicios que cumplan los requerimientos de todos nuestros clientes y asegurar un beneficio considerable para la empresa a futuro.

La creación en la actualidad, de venta de planes exequiales pre-necesidad es el proyecto de tesis de grado que vendría a ser la extensión

de la empresa funeraria “El Retorno”, cumpliendo con los objetivos que la empresa tenía de ofrecer mayores beneficios y servicios a sus clientes y generando otros ingresos para la misma.

Este proyecto tiene como estrategia utilizar las instalaciones de la misma funeraria (Av. Manuel Agustín Aguirre y Pío Jaramillo Parque Lineal La Tebaida) infraestructura necesaria que será parte de la oferta de servicios que se planea dar a los clientes. La clave del éxito del mencionado proyecto será el poder llegar a nuestros clientes con planes económicos y funcionales que brinden comodidad y satisfacción a todos quienes deseen adquirir nuestros servicios.

Para llevar a cabo el proyecto se trabajara principalmente con las áreas de mercadeo, de contabilidad y de gerencia. El área de mercadeo, la encargada de las ventas, proyectara su acción a la consecución de un mayor número de clientes ofertando la gama de servicios y facilidades de pago. El área de contabilidad y recaudaciones estarán a cargo de administrar correctamente los ingresos y egresos de la empresa. La gerencia y una comisión de mercadeo, la cabeza del equipo, analizaran los costos de inversión y fijaran los precios para poder ofertar el producto sin perjudicar a la empresa, brindando ganancias que más tarde ellas mismo se encargaran de encaminar una inversión segura que nos ayude a estar al nivel de la demanda de las exigencias de cada día y expandiendo la clientela.

El Retorno, empresa perteneciente a mis padres, al inicio de sus actividades ofreció solamente servicio de cremación. Esta se ha caracterizado por sus económicos precios, diferenciándose de empresas de la competencia que cobran valores exorbitantes. Nuestros planes pre-necesidad, Diamante y Oro, con cremación o con la sepultura tradicional tendrán un valor mensual de \$32 y \$34 respectivamente por un lapso de tres años. Precios que han sido considerados luego del estudio que se realizó a un grupo de personas a través de encuestas.

Los ingresos por este servicio irán directamente a una cuenta del banco, solamente manteniendo el 10% de su total que es un valor que se les adiciona al total para que sirva como colchón por los rubros que cada año aumentan en el país garantizándoles congelarles el precio actual del plan que están escogiendo. El resto será depositado a plazo fijo en la cuenta de ahorros antes mencionada, para esto el interés que da el banco es de 6% por año, rubro que también será considerado en los ingresos anuales de los balances.

Para realizar estos balances se tomo como referencia los del año 2009 debido a que este es tan solo un servicio adicional que extenderá la oferta de la empresa, por lo que se creyó conveniente usar los balances de la empresa en general. El personal adicional que participara de este proyecto son 4 vendedoras que ofrecerán el producto puerta a puerta que ingresarán desde el primer año; debido a que existen cuatro parroquias urbanas en la ciudad. Dos personas más ingresarán a partir del tercer y cuarto año respectivamente, ya que se pudo conocer que el promedio de venta por cada persona es un aproximado de 7 planes por mes. La mejor manera de aumentar esta cifra es incrementando el personal de una manera conservadora y considerando además que dos de las cuatro parroquias son de mayor tamaño y es en estos sectores donde las mismas se desempeñarán. Cada una de ellas ganarán una comisión mensual por las ventas.

Estamos dirigidos a un mercado de personas de nivel económico medio, estas son personas que en sus hogares mantienen un ingreso superior a la canasta básica por lo que mantienen un excedente el mismo que lo pueden ocupar en un servicio que brinde beneficios tan buenos como el nuestro. No se descarta a las personas de un nivel socioeconómico alto, a pesar de que la competencia se ha volcado por completo a ellos.

Las inversiones son por desembolsos a través de capital propio es decir no hay deuda, debido principalmente a que la mayor parte de la inversión necesaria ya se realizó en el proyecto anterior y este nuevo servicio no necesita de una inversión muy grande.

Los ingresos y egresos en cada uno de los balances proyectados se estimaron de acuerdo a los precios y demanda del mercado, con un aumento porcentual por año debido a la inflación y otros factores que influyen en la economía.

La evaluación financiera se realizó aplicando indicadores como el valor actual neto de \$39001.67, valor que es positivo lo que nos indica que el proyecto si es aceptable, tasa interna de retorno la cual nos da un valor del 59%, es decir mayor que el costo de capital que es del 14%, por lo tanto se acepta el proyecto, en cuanto a la relación beneficio costo pudimos obtener como dato \$1.40 lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 0.40 centavos de ganancia.

Finalmente se concluyo que es factible incorporar este nuevo servicio a la empresa mencionada. La poca inversión que necesita asegura una mayor rentabilidad para El Retorno y un mejor servicio para nuestros clientes, con mínimo riesgo.

EXECUTIVE SUMMARY

The care of human life is the duty of every individual and society. Several public and private institutions are dedicated to this objective. At the same time other important companies are dedicated to provide attention to who has deceased his relatives and friends. The society needs to have these kind of services to deal with respect to who has died and to recall and pay tribute of affection and admiration that are part of the family relationship, friendship or feelings of the community.

Loja city has a market approximately of 136 000.00 habitants. This shoots out the beginning of the project that looks for no longer wait for people that pass away or have serious illness to sell the services; if not reach all people earning in this way the amount of the clients with a bigger ceiling of the business. In this way, it is using the value of prevention which is the act of acquiring or do something in advance for a future event.

Funeral "El Retorno" is a company that entered in the market in January 2009 as a initiative of the management group that was performed as a prerequisite of the thesis to get the commercial engineering degree from the University of the Pacific. This company has been offering its services to Loja society for several moths getting a great acceptance thanks to its economic prices and its excellent attention. For these reasons and also to cover the new requirements we propose the feasibility of offer the selling of pre-need funeral plans with the aim to bring better services that meet the requirements of all our customers and ensure a good profit for the company in the future.

The building currently selling pre-need funeral plans is the thesis project that would become the extension of the funeral "The Return", fulfilling the objectives that the company had to offer more benefits and services customers and generating other revenues for the same.

The project's strategy is to use the facilities of the funeral home (Avenida Manuel Agustín Aguirre y Pío Jaramillo Linear Park The Thebaid) infrastructure that will be part of the supply of services is planned to give to customers. The key to success of this project will be to reach our customers with economic and functional plans that provide comfort and satisfaction to all who wish to acquire our services.

To carry out the project work mainly with the areas of marketing, accounting and management. The area of marketing, responsible for sales, projected its action towards achieving a greater number of clients offering the range of services and payment facilities. The area of accounting and collections will be responsible for properly managing the revenues and expenditures of the company. The management and marketing committee, the head of the team, analyze investment costs and determining the prices to offer the product without harm the company, giving them profit later was in charge of directing a safe investment to help us to keep pace with the demands of daily requirements and expanding the customer base.

The Return, which belongs to my parents, at the beginning of its activities offered only cremation service. This has been characterized by their cheap prices, differentiating themselves from competitors who charge exorbitant values. Our pre-need plans, diamonds and gold, with cremation or traditional burial will have a monthly value of \$ 32 and \$ 34 respectively for a period of three years. Prices have been considered after the study was conducted with a group of people through surveys.

Revenues for this service will go directly to a bank account, keeping only 10% of their total value is added to the total were to serve as a cushion for the items that each year increase in the country guaranteeing to freeze prices current plan are choosing. The rest will be fixed-term deposit savings account mentioned above, for this gives the bank interest is 6% per year, an item will

also be considered in annual revenue balances.

To achieve these balances was taken as reference year 2009 because this is just an additional service that will extend the offer of the company, so it was thought appropriate to use the balances of the company in general. The additional staff to participate in this project are four vendors who offer the product door to door to enter from the first year because there are four urban parishes in the city. Two more people from entering from the third and fourth years respectively, as it was known that the average sales per person is about 7 per month plans. The best way to increase this figure is increasing staff conservatively and considering that two of the four parishes are larger and it is in these sectors where it performed. Each of them earn a monthly commission on sales.

We are targeting a market of middle income people, these are people who remain in their homes an income above the basket as it maintained a surplus that can be taken at a service to provide benefits as good as ours . Not be ruled out to people of high socioeconomic status, even though competition has shifted completely to them.

The investments are disbursed through equity ie no debt, mainly because most of the necessary investment already made in the previous project and this new service does not require a big investment.

Income and expenses in each of the projected balances were estimated according to price and market demand, with a percentage increase each year due to inflation and other factors that influence the economy.

The financial evaluation was carried out using indicators such as net present value of \$ 39,001.67, a value that is positive which indicates that the project is acceptable, internal rate of return which gives us a value of 59% or greater than the cost capital is 14%, therefore the project is accepted, as to the

benefit we get as input cost \$ 1.40 which means that for every dollar spent will get 0.40 cents of profit.

Finally we conclude that it is feasible to incorporate this new service to the company mentioned. The low investment needed for ensuring greater profitability for the return and a better service for our customers, with minimal risk.

INDICE

CAPITULO I

1.- INTRODUCCION

- 1.1 Macro entorno del país
 - 1.1.1 Sector Real
 - 1.1.2 Sector Externo
 - 1.1.3 Sector Monetario
 - 1.1.4 Sector Social
 - 1.1.5 Sectores Fiscales y Regulaciones
- 1.2 Objetivos general y específicos

CAPITULO II

2. DESCRIPCION DEL NEGOCIO

- 2.1. Historia del Negocio
- 2.2. Misión, Visión y Valores de la empresa
- 2.3. Estructura de la industria en general
- 2.4. El mercado particular en Loja
- 2.5. Descripción del servicio
- 2.6. Análisis FODA

CAPITULO III

3. ANALISIS DEL MERCADO

- 3.1. Estudio del mercado
 - 3.1.1 Demanda
 - 3.1.2 Participación de mercado

- 3.1.3 Proyección de la participación de mercado
- 3.1.4 Oferta
- 3.1.5 Calidad de servicio y productividad
- 3.1.6 Organización de liderazgo en el servicio
- 3.1.7 Ingreso Familias
- 3.1.8 Prevención
- 3.2. Investigación de mercado, encuestas y resultados
 - 3.2.1 Objetivos de la Investigación
 - 3.2.2 Factibilidad de mercado
 - 3.2.3 Factibilidad Legal
 - 3.2.4 Diseño de los contratos plan pre necesidad
 - 3.2.5 Diseño de la muestra
 - 3.2.6 Diseño de las encuestas y resultados
 - 3.2.7 Cliente Fantasma
- 3.3. Análisis de la competencia
 - 3.3.1 Funeraria Jaramillo
 - 3.3.2 Funeraria Sueño Eterno
 - 3.3.3 Campo Santo Los Rosales “Jardines de Paz”
 - 3.3.4 Otras empresas

CAPITULO IV

4. ESTRATEGIAS DEL MERCADEO

- 4.1 Plan de marketing
 - 4.1.1 Posicionamiento
 - 4.1.2 Targeting
 - 4.1.3 Segmentación
 - 4.1.4 Variables de segmentación
- 4.2 Ventaja Competitiva
- 4.3 Producto
 - 4.3.1 Beneficios tangibles

- 4.4 Precio
 - 4.4.1 Crédito
- 4.5 Plaza
- 4.6 Promoción y Distribución
- 4.7 Estrategia de Ventas
- 4.8 Publicidad y Comercialización
 - 4.8.1 Marca
 - 4.8.2 Slogan
 - 4.8.3 Relaciones Públicas

CAPITULO V

5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- 5.1 Organigrama
- 5.2 Equipo gerencial
- 5.3 Personal
- 5.4 Funciones
- 5.5 Experiencia previa de los miembros del equipo gerencial
- 5.6 Material de trabajo y vestimenta

CAPITULO VI

6. OPERACIONES

- 6.1 Riesgos internos
- 6.2 Riesgos externos
- 6.3 Planes de contingencia

CAPITULO VII

7. ESTUDIO FINANCIERO

- 7.1 Supuesto de la proyección

- 7.2 Proyección a cinco años
- 7.3 Análisis del punto de equilibrio
- 7.4 Flujo de caja
- 7.5 Estado de pérdidas y ganancias
- 7.6 Balances
- 7.7 Tasa interna de retorno

CAPITULO VIII

8. ANALISIS FINANCIERO

- 8.1. Requerimientos del capital
- 8.2. Razones financieras basadas en las proyecciones anuales
- 8.3. Evaluación: Análisis de Sensibilidad

CAPITULO IX

9. CONCLUSIONES

CAPITULO X

10. RECOMENDACIONES

CAPITULO XI

11. BIBLIOGRAFIA

CAPITULO XII

12. ANEXOS

INDICE DE CUADRO Y GRÁFICOS

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCION

1.1 MACROENTORNO DEL PAIS

Sector Real

El año 2009 fue un año donde la crisis financiera mundial comenzó a afectar al Ecuador. Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE), en el 2009 la economía ecuatoriana creció en 0,36% (variación del Producto Interno Bruto, PIB); nivel menor a la previsión que había hecho el mismo organismo a mediados de año, pues hablaba del 0,98%; esto debido a la crisis internacional que fue una de las causas que impidió un mejor crecimiento.

Agregando, que si bien desde el cuarto trimestre del 2008 hasta el segundo del 2009 hubo resultados negativos (lo que a juicio de varios analistas era una recesión), a partir de julio del año pasado hubo una leve recuperación. Esto obedeció por una parte a la subida del Consumo del Gobierno (4,03%), y por otra al decrecimiento tanto de las exportaciones como de las importaciones en 5,9% y 11,57% respectivamente.

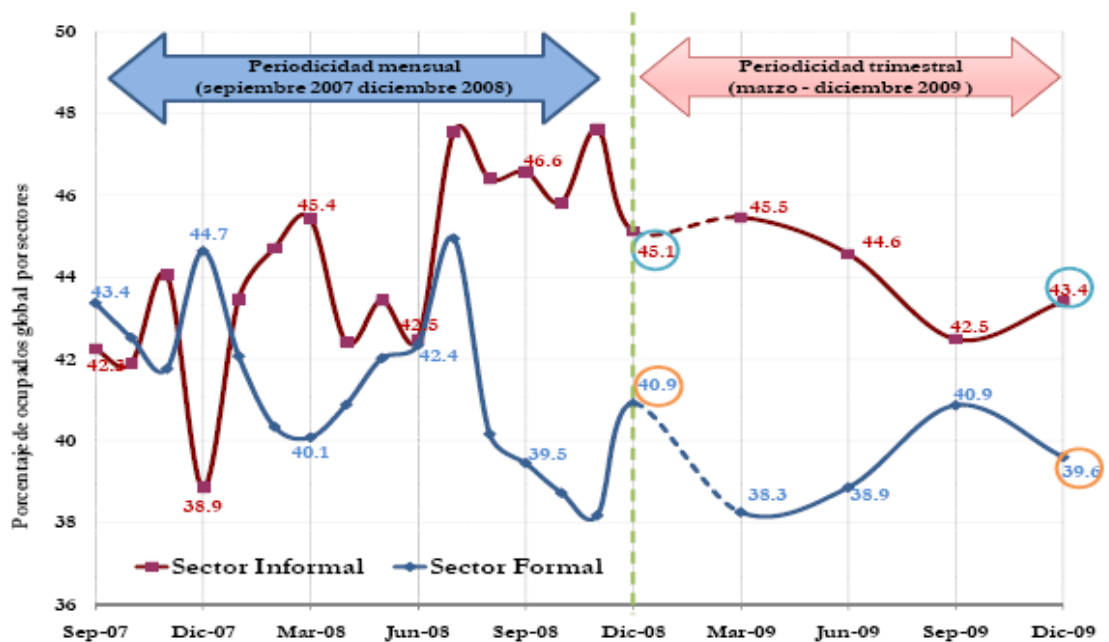
Producto Interno Bruto

El Producto Interno bruto, se define como la suma del valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos en un país, a lo largo de un periodo determinado, por lo que el decrecimiento del mismo o bajo crecimiento influye negativamente en la demanda de servicios.

Desempleo

Con respecto a los indicadores sociales, las tasas de desempleo y subocupación se han elevado como consecuencia de los efectos que trae consigo la crisis mundial, por ejemplo, el desempleo en 2009 fue mayor al nivel alcanzado en el año anterior (7,9% frente a 7,3%). Por su parte, el subempleo también fue mayor (50,5% frente a 48,8% en 2008) mostrando una tendencia decreciente del sector formal y creciente del sector informal. En Loja actualmente vemos también como ha crecido desmedidamente los indigentes y personas que trabajan en las calles informalmente, he inclusive la baja demanda de servicios y productos que antes eran muy rentables.

Gráfico 1: Porcentaje de trabajadores por sectores



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORACIÓN: VARIOS AUTORES

Entre las actividades que tuvieron un crecimiento y decrecimiento notable durante el 2009, el Banco Central destaca el buen desempeño en el sector de la Construcción, sumado a que la Agricultura y la Pesca tuvieron un repunte en el último trimestre del año; no así la actividad de Explotación de Minas y Canteras, que decreció en 1,83%, al igual que la Extracción de Petróleo, en 1,87% y el consumo de los hogares (-0.7%).

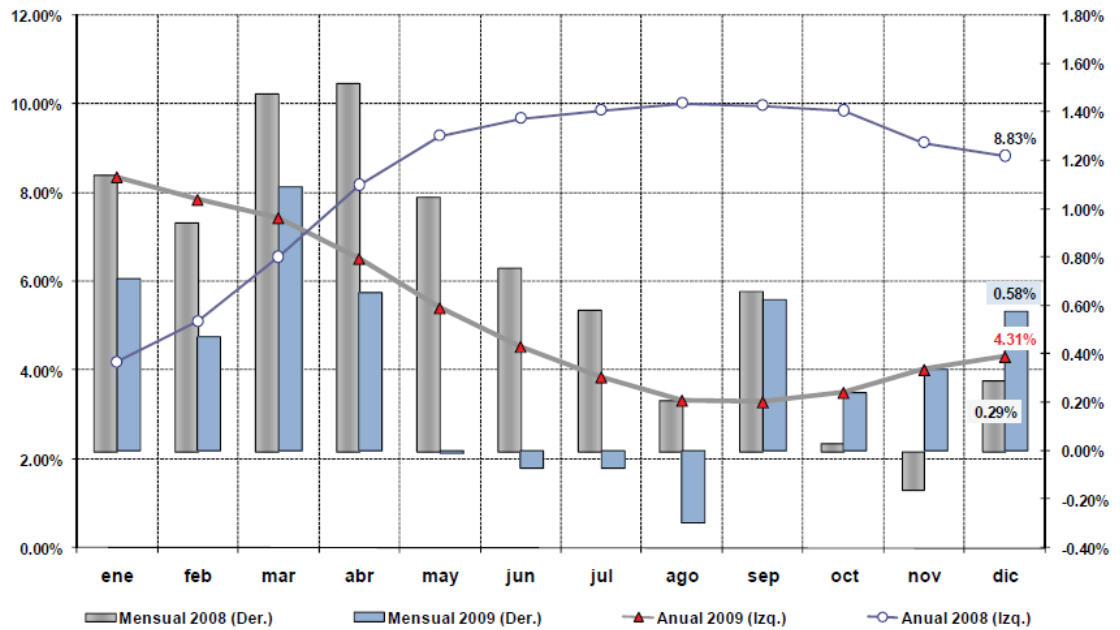
La perspectiva de crecimiento económico para el 2010 mejora sustancialmente en el segundo semestre. El crecimiento económico basado en un aumento del crédito bancario tiene bases sólidas pero falta una dosis de confianza. La posibilidad de crecimiento económico depende en gran medida de procesos de conciliación nacional.

Inflación

La elevada inflación registrada a nivel mundial se debió al alza de precios de los alimentos, petróleo y materias primas, como consecuencia de la mayor demanda de estos productos por parte de grandes países como China e India, la tendencia alcista de los precios a nivel internacional repercutió negativamente en el nivel de precios en el Ecuador durante el 2008 cerrando el año con el 8,3% de inflación

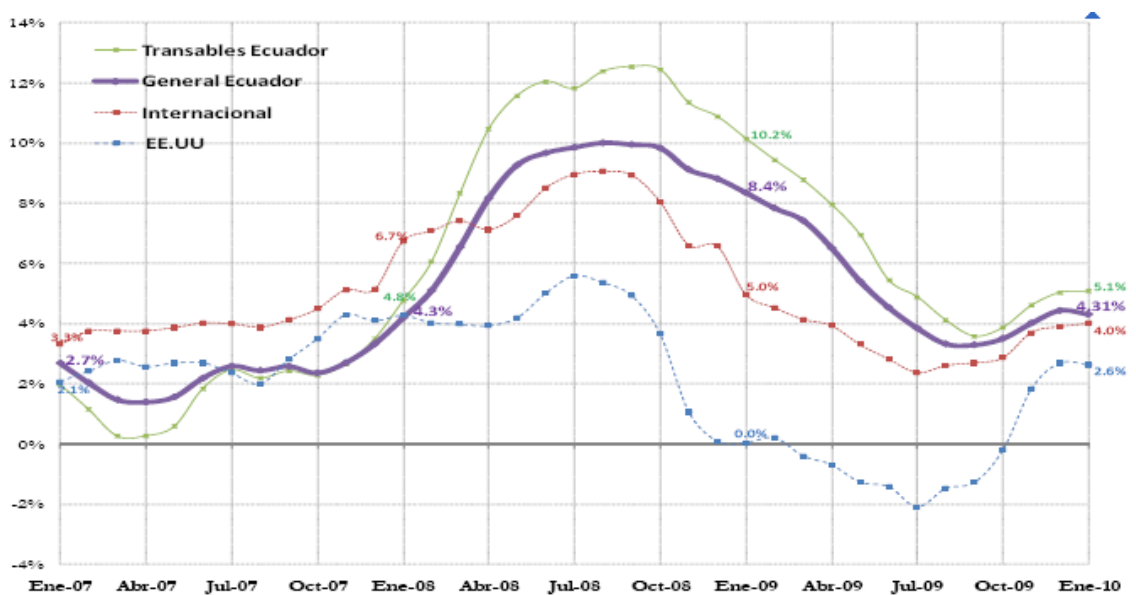
Por otro lado en el año 2009 el crecimiento de precios desde enero hasta diciembre fue de tan solo el 4.31%, menos de la mitad de la inflación 2008.

Gráfico 2: Inflación mensual/ anual 2008-2009



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
ELABORACIÓN: VARIOS AUTORES

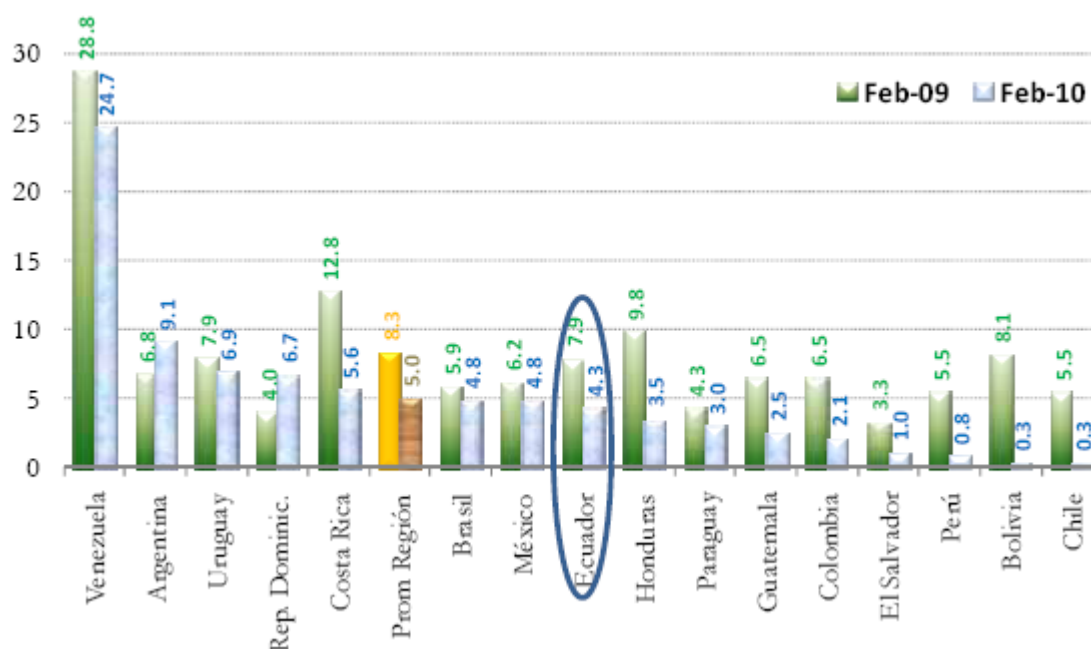
Gráfico 3: Evolución de la Inflación Anual Internacional, de Ecuador y de Estados Unidos



FUENTE: BCE, FMI
ELABORACIÓN: VARIOS AUTORES

Al comparar la inflación anual del Ecuador (4,31%) con la inflación anual Internacional (4,0%) y la anual de Estados Unidos (2,6%), se puede ver la correlación que éstas tienen con la inflación al interior del país. Además se destaca que la inflación de los bienes transables del Ecuador desde enero de 2008 ha sido mayor a la inflación anual general.

Gráfico 4: Evolución de la Inflación Anual de los países de América Latina (%)



FUENTE: BCE, FMI, BM,
ELABORACIÓN: VARIOS AUTORES

El promedio de *inflación anual* para febrero de 2010 se ha reducido respecto del año anterior, en general en la mayoría de países de América Latina. El país que sigue con la más alta inflación anual es Venezuela (24,7%), seguida de lejos por Argentina (9,1%), Uruguay (6,9%) y, República Dominicana (6,7%), países que se encuentran por encima del Promedio (5,0%). Por otro lado, la tasa de inflación anual de Ecuador (4,31%) se ubicó por debajo del promedio.

Sector Externo

El Ecuador es un país que sufre las consecuencias del subdesarrollo. Su economía es poco diversa y relativamente pequeña. Tiene una alta concentración del ingreso en pocas manos. Es un país diverso y variado.

Durante el 2008 las economías a nivel mundial entraron en una fase de desaceleración económica causada principalmente por problemas en el sector financiero norteamericano, que luego afectó al sector real y a casi todas las economías a nivel global. Esta crisis tuvo un efecto retardado en el caso de países de Asia como China e India y muchos países de Sudamérica como Perú, Venezuela, Bolivia y Brasil, inclusive en Ecuador, donde los mismos alcanzaron durante el 2008 tasas de crecimiento superiores al 5%.

Esta crisis le afectó al Ecuador incidiendo directamente al petróleo, exportaciones ya que se reduce la demanda a nivel global, caen las remesas en un 30% aproximadamente, existe una contracción de las líneas de crédito debido a que se piensa que no van a tener como cubrir luego los créditos, elevadas tasas de interés y mayor salida de capitales por altos precios en importaciones y el deseo de las empresas nacionales de invertir en mercados más económicos y estables que les ofrezcan mayores beneficios y ganancias.

La economía ecuatoriana ha sido tradicionalmente abierta al exterior. La apertura al mercado mundial incluye todas las economías, pero a diferentes ritmos. La evolución de las exportaciones y las importaciones ecuatorianas nos permiten calcular la balanza comercial del Ecuador. Si exportaciones > importaciones = superávit Comercial. Si exportaciones < importaciones = déficit Comercial. A partir del 2005 se produce un aumento del valor de las exportaciones

gracias a ella el país vuelve a tener un superávit en su balanza comercial, esto gracias a que somos un país petrolero, ya que el sector externo no petrolero no tiene resultados tan positivos con déficits desde el 2003.

Actualmente, el gobierno esta realizando tratados comerciales con países de extrema izquierda, y cerrándose a otras oportunidades de tratados comerciales con países que aunque no tengan una ideología igual al gobierno actual han venido siendo nuestros socios comerciales durante mucho tiempo, en los últimos días se esta viendo un aparente acercamiento con estos antiguos socios comerciales lo cual ayudaría muchísimo a nuestro Ecuador al tener oportunidades de exportación similares a las que tienen naciones hermanas que han firmado tratados de libre comercio con los mismos, ya que a mayor número de tratados mayor número de posibilidades de crecimiento económico y empresarial, siempre y cuando estos tratados cuiden los intereses del país.

Sector monetario

Este sector se refiere a las transacciones económicas que se realizan en el ámbito monetario y financiero, es decir, a todas las operaciones que los distintos agentes económicos realizan en las instituciones bancarias, en las cooperativas de ahorro y crédito, en las mutualistas, en las tarjetas de crédito, financieras, Banco Ecuatoriano de la Vivienda, Corporación Financiera Nacional, Banco Nacional de Fomento y Banco Central del Ecuador, siendo este último quien con estos datos realiza los estudios informáticos necesarios que para el efecto se han desarrollado, obteniendo de esta manera una serie de indicadores que dan cuenta de como esta el sector.

Debido a la crisis mundial nuestro país ya que mantiene la dolarización como sistema monetario no se pudo ajustar por devaluación de la moneda debido a que este sistema no permite la emisión de moneda, a diferencia de otros países de la región. Por lo que no estaba siendo competitivo al momento de exportar sus productos y servicios, en comparación con otros países de Sudamérica los mismos que han devaluado su moneda. Luego de esto pudimos evidenciar también que el euro cayó frente al dólar debido al efecto multiplicador que tiene esta clase de crisis mundial, lo que significó que todas las monedas de la región actualmente se mantienen en un mismo rango lo que nos permitió volver a ser tan competitivos como cualquiera de los países vecinos.

Tasa de interés

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube.

Existen dos tipos de tasas de interés: la tasa pasiva o de captación, es la que pagan los intermediarios financieros (bancos, cooperativas, etc.) a los clientes por el dinero captado; la tasa activa o de colocación, es la que reciben los intermediarios financieros de los clientes por los préstamos otorgados. Esta última siempre es mayor, porque la diferencia con la tasa de captación es la que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando además una utilidad. La diferencia entre la tasa activa y la pasiva se llama margen de intermediación.

El actual gobierno a provocado que este margen de intermediación sea menor, ya que creen que los bancos estaban obteniendo demasiado utilidad y pagando muy poco interés a sus clientes, es por

eso que podemos observar en el siguiente cuadro la evolución de la misma en el actual gobierno, el cual a su vez se ha comprometido a mantener tasas que beneficien al pueblo ecuatoriano.

Cuadro 1: Evolución tasas de interés

Mes/ JULIO	Tasa de interés	
	activa referencial	pasiva referencial
2007	10.92%	5.53%
2008	9.52%	7.19%
2009	9.22%	7.68%
2010	8.99%	6.69%

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORACIÓN: DEL AUTOR

Sector social

Este es lo que el gobierno actual considera como uno de los principales sectores de los cuales debe brindar ayuda y esto lo ha venido haciendo desde inicios de su periodo en el mando de este país con el objetivo primordial de disminuir la pobreza, el analfabetismo y mejorar en materia de salud.

Por lo que el gobierno central invirtió en el sector social alrededor de \$2 211 millones entre enero y agosto 2008, lo que representa un crecimiento de \$746,7 millones más que en el mismo período de 2007, señala el Unicef. El documento indica que los sectores que recibieron mayor cantidad de recursos fueron Educación, Salud y Bienestar Social, con una participación total del presupuesto devengado de 48%, 23% y 18%, respectivamente. Indicando que para los siguientes años a pesar de la crisis económica el gasto social se mantiene, por lo que los recursos ni las obras se verán afectadas.

Se ha visto una mejora en los indicadores sociales siendo así que la pobreza y la extrema pobreza se ha reducido un 7% y un 8% respectivamente, desde el 2006, gracias al incremento de la transferencias de dinero del sector público a través de programas como el bono de desarrollo humano, bono de la vivienda y otros que ha impulsado el gobierno Nacional así como también desde el sector privado vía remesas de los migrantes.

Sectores Fiscales y regulaciones

- Alza de salarios básicos, la cual es una política del actual gobierno que planea aumentar cada año los salarios hasta que el sueldo básico supere la canasta vital, este año se lo realizo en un porcentaje del 10%, lo que incrementa los costos de capital de trabajo de la empresa.
- Posible desdolarización lo cual sería una amenaza para cualquier proyecto ya que dicha moneda local tendría una devaluación inmediata.
- Regulación de tasas de interés y costos servicios bancarios, lo cuál alteraría los valores presupuestados.

1.2 OBJETIVO GENERAL

El objetivo general del presente proyecto es conocer que tan factible sería poner en marcha la venta de planes exequiales pre-pagados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir el macro entorno en el que se va a desarrollar el negocio para ajustar adecuadamente mi estrategia.
- Revisar la factibilidad legal del proyecto.
- Revisar los aspectos de mercado para desarrollar una estrategia que satisfaga a mis potenciales clientes y logre una participación adecuada de mercado tomando en cuenta a la competencia.
- Analizar la estructura organizacional necesaria para el correcto funcionamiento de la empresa.
- Evaluar financieramente el proyecto.

CAPÍTULO II

2. DESCRIPCION DEL NEGOCIO

2.1 HISTORIA DEL NEGOCIO

El Servicio de Cremación “El Retorno” que nació en el año de 1999 como iniciativa del Ilustre Municipio de Loja al ver la necesidad de ofrecer este servicio en la ciudad para no tener problemas con la falta de espacio que existe en el Cementerio General Parque de Los Recuerdos encargó al Ing. Patricio Valarezo (mi padre) la creación y administración de este servicio. Pero dadas las condiciones de mercado, es decir el monopolio que se había creado en la ciudad por la oferta de servicios exequiales a muy altos precios, es cuando yo Jorge Luis Valarezo al haber incursionado en la carrera de administrador de empresas y necesitar como requisito para graduarme la creación de una empresa para el grupo de gestión y por la falta de recursos al tan solo ser un egresado pensé en la posibilidad de plantear a mis padres y al ilustre Municipio de Loja la posibilidad de la creación de una funeraria municipal en la ciudad de Loja que beneficie a la gente en general que no esta dispuesta a pagar los exorbitantes costos por servicios exequiales que se han impuesto en la ciudad; pero que, la misma sea administrada por una empresa privada lo que garantizaría una excelente atención y buena acogida por parte de los ciudadanos, ya que es muy común que los mismos piensen que todo servicio que ofrece el sector público del país es de mala calidad. Por lo que el municipio realizó una importante inversión en la construcción de una sala de velación ubicada en el extremo sur del parque lineal la tebaida y mediante concurso público adjudico al Servicio de Cremación El Retorno esta vez en la persona de Jorge Luis Valarezo Andrade el arrendamiento de la Sala de Velación por 5 años ya que conoce que esta empresa se ha destacado por su

excelente servicio y ya que viene ofreciendo hace ya casi 10 años el servicio de cremación en la ciudad de Loja caracterizándose por mantenerse con precios bajos desde sus inicios, al contrario de otros servicios exequiales. El municipio entregó solo la edificación, desligándose por completo de obligaciones que tenga que asumir en la actualidad o durante los próximos cinco años estas instalaciones, siendo su único aporte el haber brindado las facilidades para que exista un servicio tan importante como son los servicios exequiales al alcance del bolsillo de la mayor parte de la ciudadanía, teniendo que ser adecuada en cuanto a acceso exterior, jardinería, decoración, muebles etc. con un costo de arrendamiento por mes de 300 dólares.

En años atrás El Retorno como servicio de cremación no podía hacer nada ante esta enorme subida de precios por lo que dependía en gran parte del resto de funerarias al no contar con una Sala de Velación propia, es por eso que junto al Ilustre Municipio de Loja buscó a través de una alianza estratégica cumplir el objetivo que tuvo desde un principio la municipalidad que es el de ofrecer un servicio de calidad a un precio módico y razonable que este al alcance de todas las personas que necesiten de este servicio, así mismo por parte de “El Retorno” viéndolo como un excelente negocio que el cual cubre actualmente las necesidades insatisfechas de cierta sector que estaba olvidado y que es el que alberga un gran número de habitantes de la ciudad, la clase media. Esta funeraria tiene el mismo nombre del Servicio de Cremación es decir “El Retorno” ya que se considera que este nombre ya esta posicionado en el mercado, lo cual ayudara a la empresa. A pesar de ello, tanto la funeraria como el servicio de cremación se manejan contablemente de forma separada, el servicio de cremación pertenece al Ing. Patricio Valarezo y la funeraria a Jorge Luis Valarezo (habiendo sido este mi proyecto del grupo de gestión), fusionándose para presentarse como una misma empresa

que ofrece mayores servicios, siendo ambas empresas administradas por Jorge Luis Valarezo.

Actualmente estamos saliendo adelante con el proyecto de sala de velación que se emprendió hace casi un año el mismo que tenía como objetivo romper intencionalmente con los precios excesivos que se cobran en la actualidad por parte de las empresas exequiales privadas y de esta manera ofrecer una nueva alternativa menos costosa pero de igual o mejor calidad que la que se oferta por las otras dos funerarias (privadas) y un camposanto que existen; esto, aunque poco a poco, está causando en la ciudad una gran concienciación de lo que significa adquirir un servicio funeral y cuál debe ser su costo real, por lo que las funerarias están dando actualmente a las personas facilidades post-pago es decir que se le pague luego de haber recibido el servicio para no perder los clientes que están volviéndose más cautelosos al fijarse en los precios que tienen que pagar y que se dan cuenta que actualmente tienen mayores alternativas. Por esta razón es que pensamos que es indispensable que El Retorno brinde todos los servicios que ofrecen el resto de empresas exequiales especialmente el de venta de planes exequiales pre-pago debido al gran desembolso de dinero que hoy en día representa un funeral, por lo que se cree que es conveniente el pago de cuotas anticipadas que garantice que obtendremos este servicio cuando sea necesario. El mismo servicio que ayudará a que la empresa se consolide como una marca de renombre que ofrece calidad y economía y que cuenta con todos los servicios. Por lo que la presente tesis es el proyecto final de mi carrera de ingeniería comercial en la Universidad del Pacífico con sede en Cuenca, el cual me permitirá demostrar los conocimientos adquiridos durante todas las materias cursadas, al darnos cuenta que tan rentable será para esta empresa incursionar o no en este nuevo campo de servicios pre-pagados.

2.2 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA

ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA

- **MISIÓN**

Asesorar y solucionar las necesidades funerarias de los lojanos, prestando acompañamiento antes, durante y después de presentarse un servicio exequial; alcanzando y superando constantemente sus expectativas mejor que cualquier otro proveedor funerario, cubriendo todos los servicios funerarios sin necesidad de ayuda de terceros y diferenciándonos al ser la única empresa exequial que brinda servicio de cremación en la ciudad.

- **VISIÓN**

Ser la primera opción en la mente de nuestros clientes al momento de requerir de servicios exequiales.

- **VALORES**

Solidaridad: con los clientes ya que están pasando por duros momentos.

Ética: buscar siempre beneficiar al cliente.

Responsabilidad: al brindar un excelente servicio sin dejar pasar ningún detalle.

Respeto: trato amable, cordial y confiable hacia el cliente, sus familiares y amigos.

2.3 ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA EN GENERAL

El negocio de las funerarias es si duda uno de los más antiguos y rentables del mundo, se estima que anualmente mueren en el Ecuador 65.000 personas y en el cantón Loja 840 personas. Para muchos hablar de muerte es hablar de vida ya que desde el inicio de nuestra existencia, ésta ha implicado nuestro fin, por más sanos que estemos, no sería raro morir.

Aunque parezca macabro, por todo lo que connota en nuestra cultura la muerte, es uno de los sectores que más dinero y empleo genera en el mundo. Y si bien morir no pasa de moda, existe en la actualidad una amplia variedad de servicios que la industria ha debido incorporar para poder cubrir la demanda de sus clientes, en las que se incluye desde un funeral tradicional hasta el envío de las cenizas al espacio, todo esto por decisión de la misma persona que actualmente a través de planes exequiales pre- pagados, que desde inicios de esta época están entrando en auge en nuestro país, hará conocer su último deseo una vez que esta persona fallezca.

Estos planes se los realiza en la mayoría de ciudades del Ecuador a través de venta puerta a puerta a pesar que en otros lugares este servicio se lo efectúa ya por medio de un call center como en Quito en donde la gente esta mucho más acostumbrada ya a este tipo de ventas por el tamaño de la ciudad.

Conocemos también que en otros lugares como Colombia el costo por mes de planes exequiales pre-pagados por ejemplo, al ser uno de los países donde la industria funeraria esta muy adelantada, van desde 1 a 70 o más dólares de acuerdo a las exigencias del cliente, los mismos que son recolectados a través de pagos por servicios básicos

como agua, luz o teléfono, lo cuál implica menos costos en lo que se refiere a personal de cobranza y facilidades para el cliente.

2.4 EL MERCADO EN PARTICULAR EN LOJA

En la ciudad de Loja los precios para poder adquirir un servicio exequial en una funeraria privada diferente a El Retorno son exorbitantes, van desde \$1200 y pueden sobrepasar los \$3000 por lo que actualmente todas estas empresas han visto en el brindar los planes pre-pago una excelente forma de atraer clientes mediante planes con los cuales no les brindan ningún beneficio más que el de mantenerlos retenidos a sus empresas, aprovechándose de la necesidad que ven en la gente de adquirir este servicio con anticipación el cual es un servicio que la gente de todo el mundo ya lo siente como necesario para poder cubrir estos valores al momento de necesitar de un servicio exequial, donde estas empresas les hacen pagar cuotas mínimas mensuales de uno o hasta siete dólares por un tiempo indeterminado haciéndoles creer que con eso su familia se encuentra cubierta con una clase de seguro que en el momento menos esperado les brindará los servicios que ellos necesitan de una manera gratuita a ellos y a siete familiares mas sin costo adicional, siendo esto totalmente falso ya que para que se pudiera brindar esta clase de servicios sin ningún costo debido a las tan insignificantes cuotas que realizan mensualmente deberían pasar por lo menos veinte años para cubrir solamente a un miembro de su familia. Lo cuál es muy diferente al concepto de pre-pagos que se tiene en el resto de ciudades y países del mundo en donde se entrega una cuota de entre 40 o más dólares por un tiempo determinado para cubrir a una solo persona.

El pago de planes exequiales pre necesidad por lo general es directo por parte de sus clientes mensualmente en el negocio o a través de debito bancario. Aquí esta forma de pago anticipado esta teniendo auge desde hace un par de años donde Funeraria Jaramillo empresa que lleva 40 años en el mercado lojano siendo durante los 35 primeros la única empresa privada que brindaba este tipo de servicios en la ciudad, al ver que comenzaron a salir nuevas empresas a competir por este mercado sin explotar, lanza al mercado sus planes de venta anticipada por servicios exequiales, planes que actualmente todas las empresas de este ramo ofrecen, intentando dar la mayor cantidad de facilidades para sus clientes.

2.5 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La importancia de anticiparse

La muerte de un ser querido es un momento difícil y llega cuando menos se espera, en el cual, si no se está preparado, además de la difícil situación emocional, deberá enfrentarse a decisiones complejas como: ¿A quién debo recurrir? ¿Cuánto me va a costar? ¿Qué debo hacer? ¿Por dónde comenzar?

El problema de fondo está en que muchas de las decisiones que se toman, sobre la funeraria, la sala de velación y la disposición final, sea inhumación o cremación y custodia de cenizas, se lo hace bajo circunstancias de gran incertidumbre, presión de terceros y subjetividad; es decir, circunstancias de vulnerabilidad que sin duda, conducirán a que las decisiones tomadas no fueran las mejores.

Por todo lo anterior, es muy importante que las personas tomemos la decisión hoy, cuando se pueda decidir con calma, de manera objetiva y racional, optando por una alternativa que le represente tranquilidad,

respaldo, seguridad y confianza; atributos con los que cuenta los planes pre-necesidad “**EL RETORNO**”, esenciales dentro del contexto de una solución exequial.

Es importante también tener en cuenta que se llama servicio exequial pre-pagado a los planes que se obtienen para ser utilizados en un tiempo no determinado en el futuro, y se tiene la posibilidad de usar ese dinero para obtener beneficios para la empresa y sus clientes. Los planes que se adquieren anticipadamente por un tiempo corto para aquellas personas que presentan enfermedades preexistentes se conocen como servicios emergente iguales a los que pagan al momento de usar el servicio.

El Retorno ofrece la oportunidad de solucionar de manera anticipada o en el momento de la emergencia, en acuerdo con el cliente, todos aquellos problemas que se presentan cuando alguien fallece.

Para ello, cuenta con un sistema de atención 24 horas el cual le dará respuesta inmediata a las necesidades del cliente con sólo acudir a sus oficinas o a través de una llamada telefónica.

2.6 ANÁLISIS FODA

Fortalezas:

- Ser un nuevo concepto en servicios exequiales y venta de planes pre-necesidad en la ciudad, brindando innovadoras formas de pago de los planes y ofreciendo servicios intangibles aun no ofrecidos en Loja.
- Respaldo de la marca “El Retorno” que viene sirviendo a la ciudad por mas de 10 años.
- Precios que se ajustan a la situación económica de cada persona.
- Modernidad y comodidad en sus instalaciones.

- Personal altamente capacitado, para atender las necesidades de todos sus clientes y llegar a ellos como una ayuda cuando ellos más lo necesiten.
- Convenio con Prever empresa exequial a nivel país para brindarle servicios exequiales cuando requieran sus clientes de planes pre-pago en la ciudad de Loja.
- Ser los únicos que tenemos servicio de cremación desde hace ya 10 años lo que ha logrado que gran parte de las personas actualmente digan que al momento de su muerte prefieren la cremación y al hacerlo directamente con nuestra empresa les resulta más económico y fácil.
- Que este nuevo negocio no implica apalancamiento alguno para la empresa, ya que los gastos por personal adicional para la venta de estos planes se cubrirán con las mismas ventas que se realicen.

Oportunidades:

- Al ser nuevo en la ciudad, podría generar estrategias para atraer a más clientes que mi competencia ofreciendo productos más completos al conocer sus falencias.
- La desilusión de las personas con empresas funerarias tradicionales por el excesivo costo y aprovechamiento de la situación emocional de los deudos para cobros indebidos por parte de las mismas.
- Hacer conocer a los clientes de nuestros planes con la excusa de que se va a ofrecer la cremación de restos.

Debilidades:

- La falta de experiencia en el personal de ventas de planes pre-pagados.
- El poseer una sola sala de velaciones.
- Base de datos limitada.

- Capacitación y adaptación del nuevo personal a este tipo de servicio que es emocionalmente complicado, recursos humanos.
- La venta pre pago de la competencia que atrapa a familias enteras y posibles clientes debido a que algún familiar tiene este tipo de plan.

Amenazas:

- La competencia es mayor ya que existen empresas exequiales grandes de otras ciudades donde sus planes cubren asistencia en todo el país y empresas aseguradoras o de servicios médicos que sin poseer instalaciones para brindar estos servicios actualmente se encuentran ofreciendo esta clase de planes o seguros lo cual hace que la competencia sea mayor, brindando el servicio a través de funerarias locales.
- Los clientes podrían llegar a generar la percepción de que como es parte del Servicio de Cremación El Retorno solo es para personas que opten por la cremación.
- Al ofrecer un servicio de calidad pueden pensar que el costo es muy alto.
- El gran número de personal que trabaja para la competencia que se encarga de desprestigiar al resto de empresas, donde también nos incluyen.

CAPÍTULO III

3 ANÁLISIS DE MERCADO

3.1 ESTUDIO DEL MERCADO

3.1.1 DEMANDA

En la ciudad de Loja existen aproximadamente 136 mil habitantes, de los cuáles según estadísticas del Registro civil del Cantón Loja mueren entre 60 y 70 personas al mes, esto quiere decir aproximadamente 2 personas a diario; aunque como estos son eventos que no están bajo ningún tipo de control varían muchas veces provocando que existan días sin fallecidos como otros días donde el número de fallecidos llega hasta 5 personas o más.

La venta de planes exequiales pre-pagados nace como la necesidad de las empresas exequiales de romper ese límite que tenían al depender de si existen o no personas fallecidas en el día y abrirse a un mercado mucho mayor en donde ya no solo se tiene los 70 difuntos por mes si no toda una población de 136 mil habitantes a los cuáles se les puede ofrecer este servicio que se lo adquiere mientras se esta vivo y sin necesidad de padecer de ninguna dolencia o enfermedad.

Demanda Por Tipo De Usuario

Para clasificar a las personas que demandan servicios exequiales pre-pagados en la ciudad de Loja se lo puede realizar por sus costumbres y por la demanda de servicios que requieran. La parte económica aquí es importante ya que estas personas tendrán que aportar mensualmente con un valor determinado para poder adquirir estos

planes, por lo que se dice que los mismos solo podrán adquirirlos personas con un ingreso familiar mensual mayor a la canasta básica para así cubrir sus necesidades y con el dinero restante poder acceder a este tipo de servicios, o una persona que se le financie ya sea por algún familiar o algún tipo de fondo mortuario el valor del plan pre-pagado que escoja.

- **Por Costumbre**

Velación en Casa.- Existen personas que están aún acostumbradas a velar a sus seres queridos en casa del fallecido o de algún familiar. Aquí invitan a todos sus vecinos y familiares y realizan una comilona (preparan un gran banquete donde incluye la pela de una res). Estas personas por lo general son de bajos recursos económicos y tiene sus hogares en las parroquias rurales de la ciudad. Solo alquilan la capilla ardiente y compran el cofre para la velación. Estos gastos muchas veces son afrontados por la junta parroquial o a través de cuotas de todos los vecinos y familiares. Estas personas no son un nicho de mercado para nuestro negocio debido a que solo hacen uso de estos servicios en el momento que ya a fallecido la persona lo que significaría un servicio emergente y nunca contratarían un servicio pre-pago.

- **Por la Demanda de Servicios que se requieren**

Velación en Funerarias de Asociaciones, Cooperativas o Sindicatos.- Existen asociaciones, cooperativas o sindicatos que por brindar mejores servicios y ayudas a sus socios adecuan salas para velaciones las cuales son de muy bajo costo su alquiler o algunas veces llegan a prestarlas por ningún valor a sus socios. Estas salas únicamente cuentan con el mobiliario, la capilla ardiente y la carroza; sin ofrecer ningún servicio adicional dejando al cliente la carga de

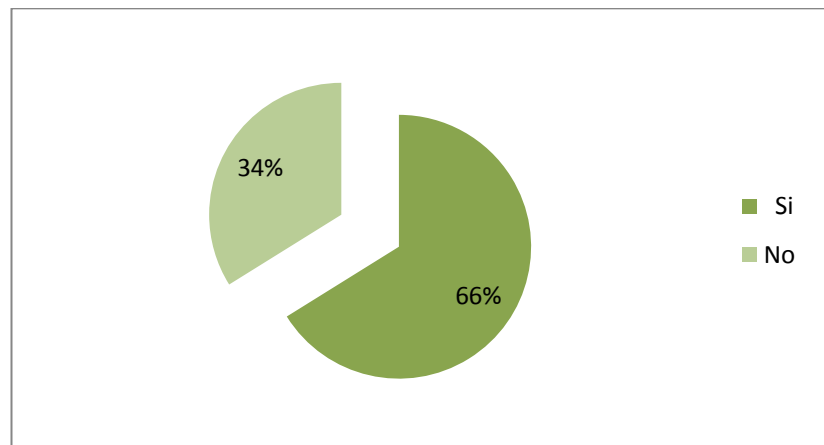
todo. Estas personas son socios agremiados a alguna entidad pública o privada de la ciudad la mayoría de los cuales son de clase media baja, baja y debido a estos beneficios que obtienen no son candidatos a obtener planes exequiales de ningún tipo.

Velación en Funerarias Privadas o Camposantos.- Aquí vienen personas con un pensamiento que busca mayor comodidad y de pago a cambio del servicio que recibo; aquí, el cliente puede encontrar desde tan solo un cofre para velación como un sin número de servicios para que el no realice nada, mas que el acudir a la velación como un acompañante cualquiera sin preocupaciones ya que conoce que se le brindará el mejor servicio exequial posible de acuerdo al plan escogido. En algunos lugares de Velación estos servicios pueden llegar hasta cerca de los 3000 dólares ocupando todos sus servicios. Aquí se encuentran personas de clase media y alta las mismas que tienen una mejor economía y puede costearse un plan exequial pre-pagado.

Fondo mortuario.- Aquí se encuentran todas las personas afiliadas a algún tipo de institución pública o privada que tiene como política el brindar algún tipo de ayuda económica cuando uno de sus socios fallece para que de esta manera se pueda cubrir con todos o una parte de los gastos, esto depende de cada institución. La mayoría de personas actualmente tienen acceso al fondo mortuario que brinda el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) ya que ahora es obligación de que todos los trabajadores en relación de dependencia (que en el Ecuador es la gran mayoría) aporten a este seguro social que brinda este beneficio cuando uno de sus socios lo necesita, entregando de esta manera a un allegado la cantidad de 960 dólares. Aquí se encuentran por lo general personas de clase media, pero muchos de ellos están optando por adquirir planes de esta clase pese a tener su fondo mortuario, ya que otro de los beneficios de los planes

exequiales pre-pagados es que al comprar estos servicios la persona puede tomar la decisión sobre cómo?, dónde?, cuándo? y qué? hacer el momento de su muerte decidiendo de esta manera cuál será su morada final, siendo la empresa funeraria la encargada de expresar cual fue la última voluntad de su cliente; y a que este dinero se les entrega luego de realizar varios trámites y por lo general una vez que ya ha pasado la velación y entierro o cremación, por lo que los familiares mas bien lo ven como una herencia que ellos dejan en el seguro social para ellos, y no como la ayuda de parte del seguro para pagar los servicios exequiales que es.

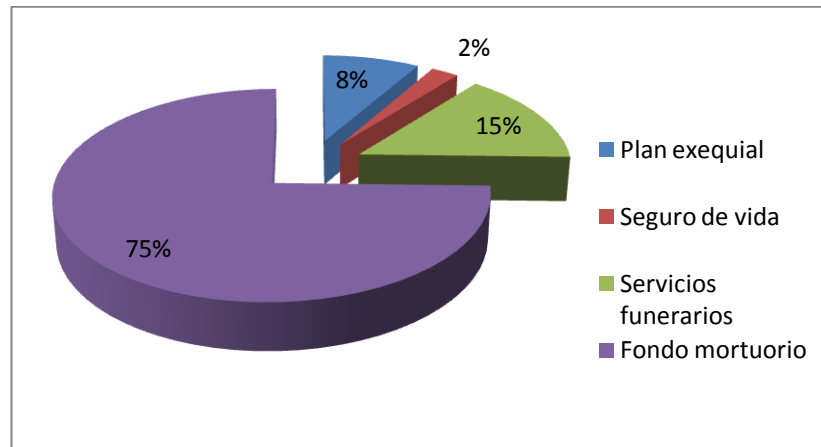
Gráfico 5: ¿Cuenta con algún tipo de plan de previsión exequial o fondo mortuario?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

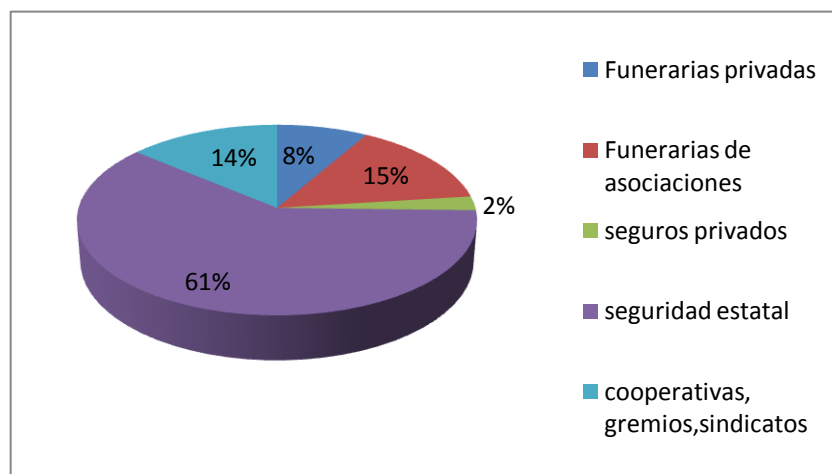
Gráfico 6: Si su respuesta fue afirmativa ¿De qué tipo?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Gráfico 7: ¿Y con qué empresa?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

3.1.2 PARTICIPACION DE MERCADO

Aquí podemos rescatar que solo el 8% de los entrevistados dicen contar con un plan exequial en una empresa funeraria privada lo que significa que tenemos todavía muchísima demanda de personas por cubrir al ver que el

66% de los mismo estaría dispuesto a adquirir un plan de este tipo, actualmente debido a la reservación de la información entre las empresas de este negocio no se conoce exactamente la participación de cada una de las funerarias en este servicio específico pero debido a la cantidad de vendedores y experiencia y clientela de muchos años se cree firmemente que la lidera Funeraria Jaramillo.

3.1.3 PROYECCION DE LA PARTICIPACION DE MERCADO

En este negocio en particular es muy difícil el lograr que personas que se encuentran pagando ya un plan de previsión en alguna empresa funeraria deje su plan por pasarse a la competencia por lo delicado del tema, pese a que si se dan casos, por lo que se cree que lo mejor sería enfocarse en grupos como los que poseen el fondo mortuario u otro tipo de plan en otro tipo de empresas ya que encontramos al 58% de posibles clientes según nuestras encuestas.

3.1.4 OFERTA

La oferta de un servicio se puede definir como toda la gama de servicios que están dispuestas y en condiciones de ofrecerse en el mercado. Al ofrecer estos servicios se lo debe hacer considerando dos factores: calidad y precios bajos, es decir, que sea competitiva en el mercado, y pueda llegar a todas las personas que deseen adquirirlas; al considerar estos factores estamos asegurando el mantenimiento de una empresa en el mercado.

En Loja todas las empresas privadas que ofrecen servicios exequiales se han dedicado a ofrecer los mismos brindando calidad a cambio de costos muy elevados y ninguna se veía afectada debido a que todas han venido ofreciendo precios muy similares en donde al parecer convencieron a las

personas de que para obtener un servicio exequial o morir se debe tener mucho dinero, por lo que asociaciones, cooperativas, empresas privadas y públicas han optado por brindar el servicio de velación en salones improvisados o casas e inclusive a dar un fondo mortuario al socio para ayudar en algo con tan costoso servicio.

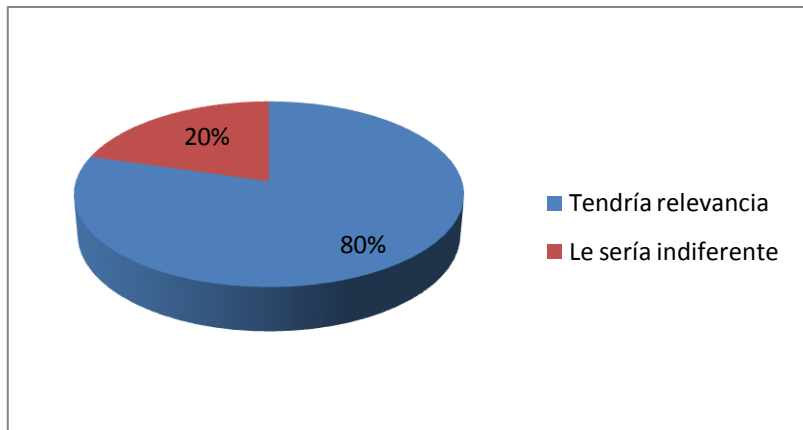
Es por eso que nuestra empresa El Retorno se perfila hoy como una empresa innovadora líder al ofrecer servicios de altísima calidad a un costo moderado, con el afán de servir a una sociedad que esta siendo desfalcada por las empresas funerarias, las mismas que solo desean dar un último adiós digno a su ser querido. Por lo que actualmente se encuentra ofreciendo cada vez mayor gama de servicios en lo que se refiere a exequias fúnebres con el lanzamiento de los planes exequiales pre-pagados, los mismos que ya se vienen ofertando en la actualidad otras empresas.

3.1.5 CALIDAD DE SERVICIO Y PRODUCTIVIDAD

Para “El Retorno”, la calidad del servicio es un requisito indispensable para competir. La calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y confiable en el tiempo.

Al mismo tiempo deben manejarse índices de productividad para controlar y monitorear con que grado de eficiencia en cuanto a manejo de los recursos se esta brindando un servicio de calidad que sea competitivo en cuanto a precio y rapidez. Es por ello que involucraremos a nuestro personal en la búsqueda del mejoramiento constante de nuestro servicio y nos basaremos en esto para mantener a nuestros clientes y ganar los de la competencia.

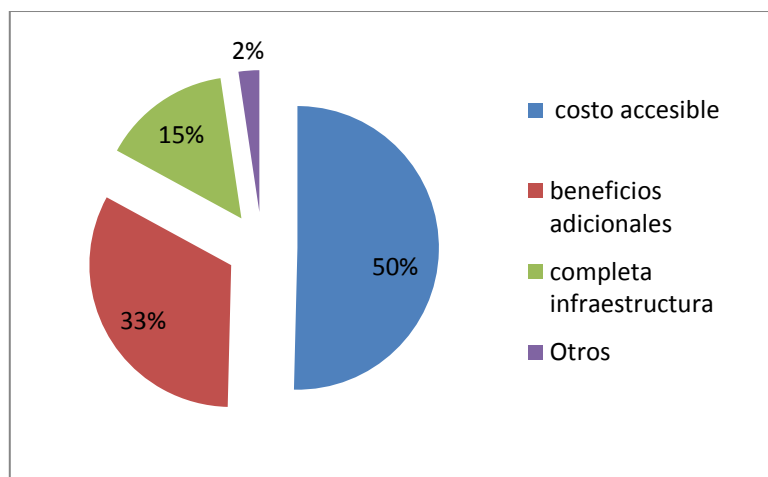
Gráfico 13: ¿Al momento de decidirse por un plan de este tipo la empresa que lo brinde tendría relevancia?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Gráfico 14: ¿Qué debería brindarle la empresa para ser de su preferencia?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

3.1.6 ORGANIZACIÓN DE LIDERAZGO EN EL SERVICIO

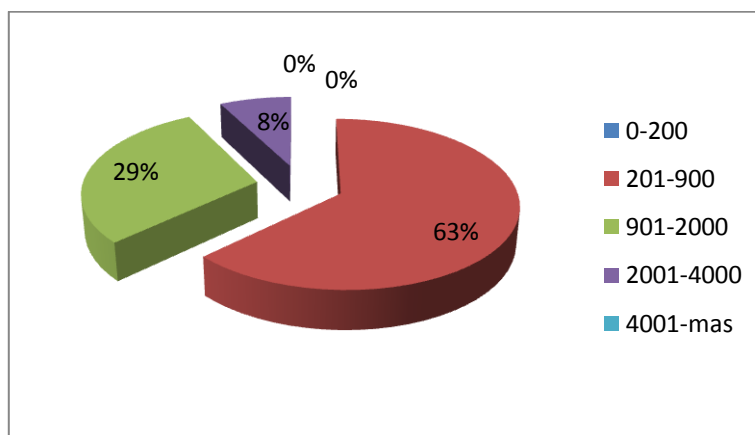
En la empresa “El Retorno” uno de sus principales objetivos es crear una compañía líder en este tipo de servicios en la ciudad de Loja, lo que lograremos con un buen desempeño en la entrega del mismo.

Lo que nuestra empresa busca es adquirir clientes que necesiten de este nuevo servicio, y esto lo conseguiremos inculcando a miembros de la empresa y a clientes lo que buscamos con esta compañía que es principalmente el beneficio y satisfacción de ambas partes lo que nos facilitará el llegar a ser líderes en la entrega de este servicio.

3.1.7 INGRESO FAMILIAS

Como ya hemos dicho esta clase de servicio como lo es la venta de planes exequiales pre-pagados por lo general lo pueden realizar solo personas con una clase económica media y alta; los mismos que serán nuestro nicho de mercado, pero a su vez debido a nuestros muy cómodos precios también lo puede hacer una familia cuyos ingresos apenas superen la canasta básica y que tengan el deseo de sentirse protegidos con un plan de estas características. Según las encuestas que se aplicaron indistintamente en la ciudad de Loja arrojaron datos de ingresos promedio por familias de entre los 200 y 2000 dólares la mayor parte de los encuestados, lo que ratifica lo antes mencionado respecto a que actualmente un gran número de personas si así lo desean pueden acceder a un plan tan importante como lo es el de la previsión exequial.

Gráfico 15: Los ingresos de su familia podrían estar en un rango entre:



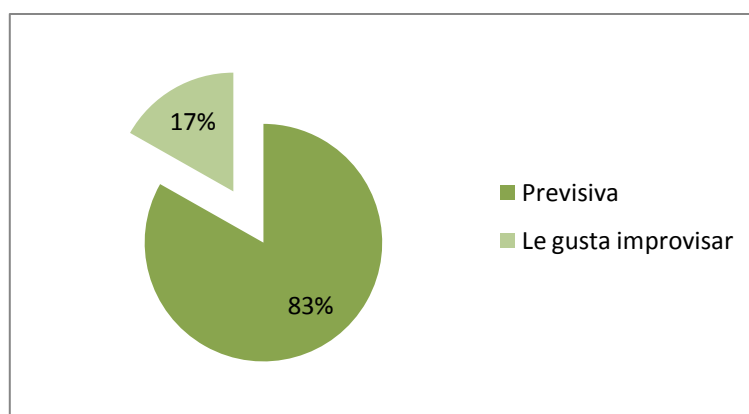
FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

3.1.8 PREVENCIÓN

Para incursionar en el mercado local con un producto de previsión exequial se tuvo que realizar un vistazo a como los lojanos acogían la idea de pre-pagar por un plan que les ofrezca un servicio completo a su gusto de servicios exequiales cuando el cliente lamentablemente lo necesite, por lo que a través de la encuesta pudimos determinar que la mayoría de personas admiten ser previsivas que significa que les gusta pensar a futuro protegiéndose de posibles problemas, accidentes, fallecimientos o acontecimientos importantes en sus vidas, es por eso la razón de la creación de este tipo de servicios al brindarle tranquilidad a los familiares de un fallecido en un momento tan triste donde las cosas suceden muy rápido y muchas veces no tienen tiempo de analizar las decisiones más apropiadas que se deben tomar en estos casos.

Gráfico 16: ¿Usted es una persona previsiva o le gusta improvisar?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

También como empresa que ya nos encontrábamos incursionando en este medio funerario pudimos conocer de boca de empresas colegas y clientes, que la acogida a esta clase de servicios esta incrementando cada vez más en la ciudad de Loja debido principalmente a la campaña de concienciación que a través de sus vendedoras de este tipo de planes lo están realizando las empresas funerarias.

Por lo que creímos y por petición de nuestros propios clientes la necesidad de nosotros también establecer y brindar este tipo de servicios que se esta volviendo tan necesario actualmente en todo lugar, debido a la gran incursión de las empresas funerarias al mundo de los negocios específicamente a la venta de servicios para generar mayores ingresos para las empresas convirtiendo a esta rama de la exequias fúnebres en uno de los negocios más rentable a nivel global.

3.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO, ENCUESTAS Y RESULTADOS

3.2.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

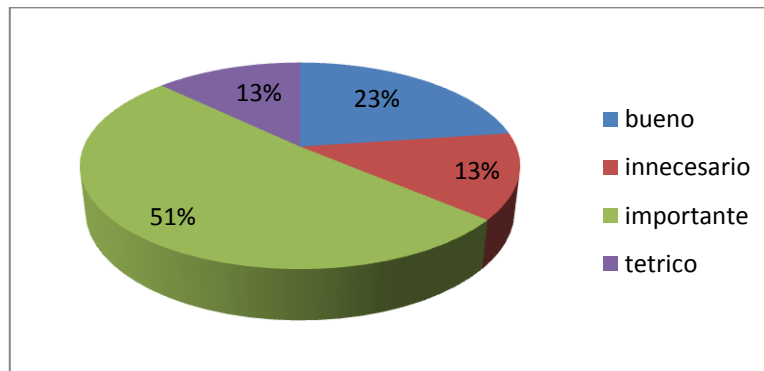
- Conocer como se encuentra el mercado funerario en la ciudad de Loja en lo que se refiere a la venta de planes exequiales pre-pagados a través de instituciones formales que manejen esta clase de información e inclusive de la competencia a través de cliente fantasma.
- Investigación a fondo del consumidor final sobre sus gustos y preferencias en lo que se refiere a servicios exequiales, para obtener una mejor percepción de los servicios que influyen al momento de elegir un plan exequial pre-pagado mediante encuestas.

3.2.2 FACTIBILIDAD DE MERCADO

Luego de haber realizado las respectivas encuestas se pudo conocer que la mayoría de los encuestados ven como positivo que Funeraria El Retorno ofrezca también servicios exequiales pre-pagados en la ciudad de Loja, que cumplan con todos los requerimientos necesarios para brindar la atención que ellos buscan en estos casos y que los mismos tenga un costo moderado haciendo de esta manera accesible

la adquisición de estos planes, pensando en ellos ya como nuestro futuro mercado potencial.

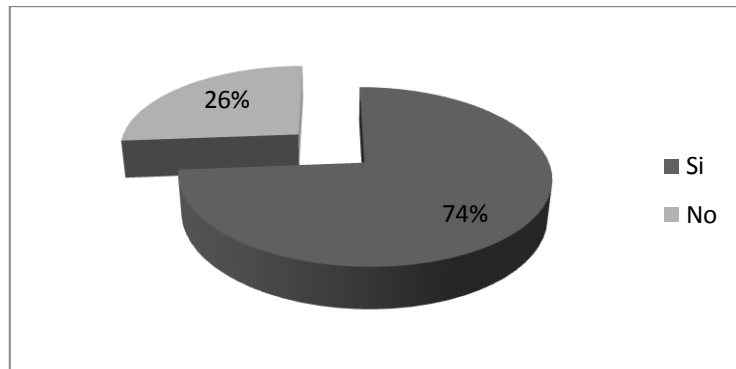
Gráfico 8: ¿Qué opinión le merece este tipo de servicio?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Gráfico 9: ¿Estaría dispuesto (a) a adquirir un plan de previsión exequial?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

A partir de esta pregunta podemos obtener como posible mercado potencial el 74% de la población económicamente activa 49017hab. es decir 36273 personas que responderían positivamente a la posibilidad de obtener un plan pre-pago de las características que ofrece El Retorno y podrían adquirirlo.

3.2.3 FACTIBILIDAD LEGAL

Funeraria el Retorno es una empresa que se encuentra legalmente constituida desde el año 2009, la misma que cumple con todos los requerimientos legales, municipales y de salud que se exigen a una empresa, ya que pertenece a un solo dueño en este caso Jorge Luis Valarezo Andrade se encuentra inscrita ante el SRI como persona natural cuya razón social es servicios exequiales.

La misma está financiada mediante capital cerrado, esto quiere decir que no recibirá a otros socios como inversionistas, por lo tanto será este quien financie por sus propios medios todos los proyectos que tenga la empresa.

Para constituir la empresa tuvimos que seguir los siguientes requerimientos legales:

1. Permisos del municipio de la Ciudad de Loja: de esta institución se necesita normalmente 2 permisos, para comenzar el proyecto el permiso de construcción seguido de este el permiso de funcionamiento. (ya que en este caso fue el Municipio quien realizó la construcción para el mismo fin, se descarta el permiso de construcción)
2. Para el permiso de funcionamiento, necesitamos pagar la patente municipal, el permiso del Cuerpo de bomberos de la ciudad de Loja, certificados médicos de las personas que laboramos en la empresa y comprar un par de formularios.
3. En el SRI, se tramita el RUC (registro único del contribuyente)

4. Para la contratación de personal en el IESS, se pide el número patronal y se realiza la afiliación respectiva de los trabajadores.

Lo nuevo en la parte legal en la presente tesis, son los contratos que se deben realizar con los clientes que requieran de un servicio pre-pago, donde estarán estipulados a través de cláusulas todos los beneficios, derechos y deberes de las partes que firman el contrato. A continuación se muestra el contrato con el cual se trabajará en la empresa, el mismo que ha sido redactado por un abogado que conoce del tema.

3.2.4 DISEÑO DE LOS CONTRATOS PLAN PRE NECESIDAD

En la ciudad de Loja, comparecen por una parte el **Sr. JORGE LUIS VALAREZO ANDRADE**, representante legal de Funeraria “**EL RETORNO**”, a quien en adelante se le denominara “**LA EMPRESA**”; y por otra la **Sra Berenice Horton.** , poseedor de la cedula de identidad Nro: 1102395330, que en lo posterior se denominara “**EL CLIENTE**”, quien en forma libre y voluntaria y por sus propios derechos, convienen en celebrar el presente **CONTRATO DE PREPAGO POR SERVICIOS EXEQUIALES**, al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTES

La Empresa ofrece a la sociedad ecuatoriana su servicio de **FUNERARIA, INHUMACIÓN, CREMACION DE CUERPOS Y RESTOS MORTALES** de conformidad a los procesos técnicos mas adecuados para este tipo de labores, proceso que el cliente declara conocer y estar de acuerdo con el mismo.

SEGUNDA: OBJETO DEL CONTRATO

El cliente en forma voluntaria manifiesta requerir de dicho servicio para que sea aplicado en su persona; inmediatamente después de su fallecimiento, por lo que se comprende a notificar del particular a la empresa en forma oportuna indicando: el nombre del fallecido así como el día y la hora que se desee el servicio. De no haber dicha notificación, la responsabilidad de que la empresa no brinde el servicio es exclusiva del cliente, en cuyo caso podrá solicitar la utilización del servicio contratado en otro miembro del grupo familiar.

De producirse el fallecimiento fuera de la ciudad de Loja, los familiares deberán trasladar el cuerpo hasta la ciudad para poder ofrecer el servicio estipulado en este contrato, afrontando ellos el costo que esto demande, al igual que si el fallecimiento se produce antes del plazo estipulado para el pago, los familiares se comprometen a cancelar el valor total del Servicio para que la Empresa pueda prestar el mismo.

En caso de necesitar del servicio antes de haber terminado de cancelar el plan pre necesidad, uno de los familiares deberá cancelar el saldo restante para poder hacer uso del mismo caso contrario la empresa no brindará dicho servicio.

TERCERA: SERVICIOS PRESTADOS

El servicio incluye la sala de velación por 24 horas para la velación del fallecido, servicio de carroza, servicio de cafetería durante la velación, 4 arreglos florales, trámites legales, misa cantada en la misma sala de velaciones, cofre de madera para la velación y la cremación (servicio de cremación El Retorno) o inhumación (cementerio general) de los restos mortales del difunto.

CUARTA: COSTO Y FORMA DE PAGO

El costo del servicio a la presente fecha es de **mil doscientos dólares americanos 00/100 al contado**

QUINTA: GARANTIA

La Empresa a cambio del pago anticipado garantiza su servicio y se compromete a respetar el costo del mismo hasta el momento de su utilización (tiempo indefinido). Además este pago genera al cliente el derecho a hacer uso del servicio en la persona que estime conveniente a cambio de la señalada notificación.

SEXTA: CONTROVERSIAS

En caso de existir controversias judiciales, las partes se someten a los jueces competentes de la ciudad de Loja en el trámite verbal sumario y señalan el domicilio judicial en esta misma ciudad para posteriores notificaciones

Para constancia delo señalado las partes firman por duplicado el presente contrato en la ciudad de Loja a los **CATORCE** días del mes de Diciembre del 2009.

Teléfono: 072640121

Domicilio: carretera vía Loja-Vilcabamba km 37.5

Jorge Luis Valarezo Andrade
GERENTE SERVICIO DE CREMACIÓN EL RETORNO

Sra. Berenice Horton
CLIENTE

3.2.5 DISEÑO DE LA MUESTRA

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

De acuerdo a los datos proporcionados por el INEC el último censo fue realizado en el año 2001, el mismo que arrojo como resultados que en el sector urbano de la ciudad de Loja existen 118532 habitantes, y que la tasa de crecimiento aproximada por año es de 1.7%.

Para obtener la población del sector urbano de la ciudad de Loja del año 2009 se proyecta la obtenida en el censo del 2001 de acuerdo a la tasa aproximada de crecimiento por año, obteniendo los siguientes resultados:

$$PA = Pa (1+i)^n$$

$$PA = 118532 (1+1.7\%)^8$$

$$PA = 118532 (1+0.017)^8$$

$$PA = 118532 (1.14437)$$

$$P2009 = 135644.83$$

$$P2009 = 135645$$

Una vez proyectada la población del sector urbano de la ciudad de Loja del año 2001 obtuvimos el número de habitantes del año 2009 que es de 135645 h. dato con el cual se pudo proceder a determinar el tamaño de la muestra para los posibles beneficiarios de nuestro producto y luego procedimos a dividir el número de habitantes para cuatro que corresponde al número de miembros que conforman una familia de acuerdo a los datos de INEC, para de esta manera conocer el numero de familias que existen en cada parroquia de la ciudad de Loja a las que debemos aplicar la encuesta, ya que se busca con las encuestas obtener la mayor cantidad de opiniones variadas ya que

dentro de la familia por lo general se tiene la misma opinión sobre un mismo tema. Cabe recalcar que se ha decidido dividir a la ciudad por parroquias para realizar las encuestas para de esta manera poder tener opiniones más generales de personas de todos los sectores de la ciudad.

Cuadro 2: Proyecciones de la población área urbana del cantón Loja.

AÑO	POBLACIÓN
2001	118532
2002	120547
2003	122596
2004	124680
2005	126800
2006	128956
2007	131148
2008	133377
2009	135645

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: DEL AUTOR

Nº familias = Nº de Población / 4 miembros de familia

Nº familias = 135645 / 4

Nº familias = **33911**

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA POBLACIÓN ÁREA URBANA DEL CANTÓN LOJA

n= tamaño de la muestra

z^2 = nivel de confianza (95%) (1,96)

P= Probabilidad de éxito (50%)
 Q= Probabilidad de fracaso (50%)
 e^2 = Error estándar (5%)
 N= población total Loja año 2009

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2 \cdot (N-1) + z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50) \cdot (135645)}{(0.05)^2 \cdot (135645 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50)}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot (0.25) \cdot (135645)}{0.0025 \cdot (135644) + 3.8416 \cdot (0.25)}$$

$$n = \frac{130273.46}{339.11 + 0.96}$$

$$n = \frac{130273.46}{340.07}$$

$$n = 383 \text{ ENCUESTAS}$$

Luego de realizada esta determinación de la encuesta me di cuenta que en la misma se estaba tomando al total de habitantes de la ciudad de Loja área urbana, lo que iba a contrariarse con mi tesis y la misma encuesta ya que; la misma está dirigida a personas de una clase económica acomodada, por lo que surgió la idea de sacar la muestra utilizando como dato de población la de la población económicamente activa, en la cual están ubicadas todas las personas que tienen ingresos económicos, pero al realizar la misma como se va a observar a continuación el número de encuestas ha realizarse para la muestra

fue casi la misma, debido a que la fórmula esta predeterminada para una muestra mas o menos similar en los diferentes casos, ya que solo se debe tomar una pequeña parte para tener un dato general variando solamente en por dos encuestas menos.

$$PA = Pa (1+i)^n$$

$$PA = 42833 (1+1.7\%)^8$$

$$PA = 42833 (1+0.017)^8$$

$$PA = 42833 (1.14437)$$

$$P2009 = 49016.9$$

$$P2009 = 49017$$

Cuadro 3: Proyecciones de la población económicamente activa área urbana del cantón Loja.

AÑO	POBLACIÓN
2001	42833
2002	43561
2003	44302
2004	45055
2005	45821
2006	46599
2007	47392
2008	48197
2009	49017

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: DEL AUTOR

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA ÁREA URBANA DEL CANTÓN LOJA

n= tamaño de la muestra

z^2 = nivel de confianza (95%) (1,96)

P= Probabilidad de éxito (50%)

Q= Probabilidad de fracaso (50%)

e^2 = Error estándar (5%)

N= población económicamente activa año 2009

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2 \cdot (N-1) + z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50) \cdot (49017)}{(0.05)^2 \cdot (49017 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50)}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot (0.25) \cdot (49017)}{0.0025 \cdot (49017) + 3.8416 \cdot (0.25)}$$

$$n = \frac{47075.92}{122.54 + 0.96}$$

$$n = \frac{47075.92}{123.5}$$

$$n = 381 \text{ ENCUESTAS}$$

PARROQUIAS

Cuadro 4: Determinación muestral población urbana

DETERMINACION MUESTRAL PARA APLICACIÓN DE ENCUESTAS				
POBLACION URBANA TOTAL CANTÓN LOJA				
PARROQUIA	POBLACION	Nº FAMILIAS	PORCENTAJE	NRO. DE ENCUESTAS
EL VALLE	23996	5999	17,69%	67
EL SAGRARIO	44166	11042	32,56%	124
SAN SEBASTIAN	18393	4598	13,56%	52
SUCRE	49090	12272	36,19%	138
TOTAL	135645	33911	100.00%	381

FUENTE: INEC, MUNICIPIO DE LOJA.

ELABORACIÓN: DEL AUTOR

Cuadro 5: Determinación muestral población económicamente activa

DETERMINACION MUESTRAL PARA APLICACIÓN DE ENCUESTAS				
POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA				
PARROQUIA	POBLACION	Nº FAMILIAS	PORCENTAJE	NRO. DE ENCUESTAS
EL VALLE	8671	2168	17,69%	67
EL SAGRARIO	15960	3990	32,56%	124
SAN SEBASTIAN	6647	1662	13,56%	52
SUCRE	17739	4435	36,19%	138
TOTAL	49017	12254	100.00%	381

FUENTE: INEC, MUNICIPIO DE LOJA

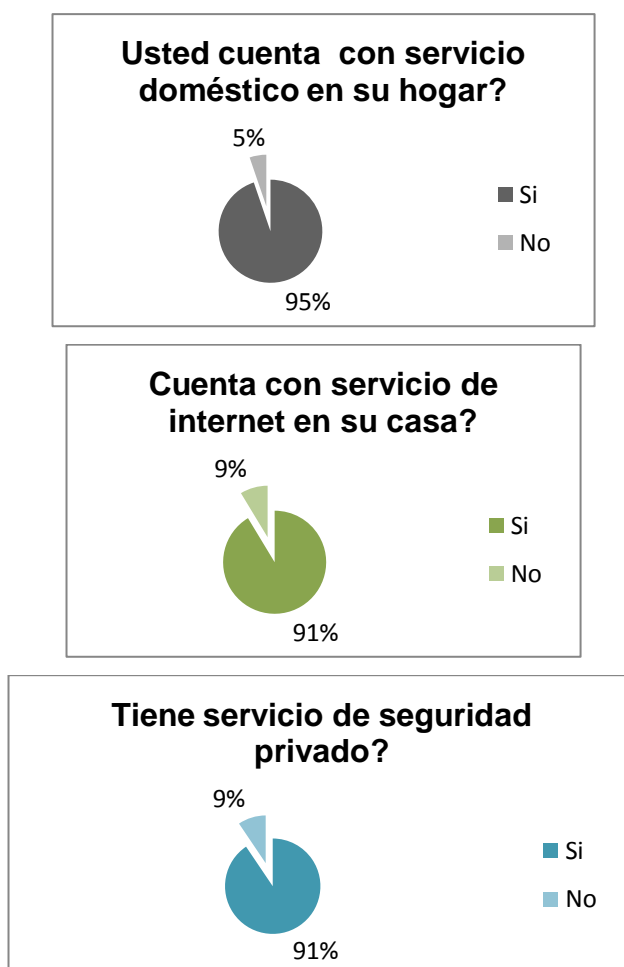
ELABORACIÓN: DEL AUTOR

3.2.6 DISEÑO DE LAS ENCUESTAS Y RESULTADOS

ENCUESTAS REALIZADAS CONSUMIDOR FINAL

Debido a la alta demanda de servicios funerarios procedimos a realizar la siguiente encuesta a 381 personas elegidas al azar, las mismas que tuvieron que pasar por una especie de preguntas filtro para poder llegar al nicho de mercado al cual queremos apostar, para que nos comenten su opinión acerca de la situación actual del servicio funerario en la ciudad de Loja y su conformidad con el mismo.

Gráfico 10: Preguntas filtro



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

ENCUESTA

La muerte es el acontecimiento más normal y seguro por el que tenemos que a travesar toda persona, por lo que es importante estar preparado para que la misma no nos tome por sorpresa.

Usted cuenta con servicio doméstico en su hogar?

Si	361
No	20
	<hr/>
	381

Cuenta con servicio de internet en su casa?

Si	348
No	33
	<hr/>
	381

Tiene servicio de seguridad privado?

Si	345
No	36
	<hr/>
	381

1.- Los ingresos de su familia podrían estar en un rango entre:

0 – 200	0
201 – 900	240
901 – 2000	112
2001–4000	29
4001 o mas	0
	<hr/>
	381

2.- Usted es una persona :

Previsiva	317
Le gusta improvisar	64
	<hr/>
	381

3.- Cuenta con algún tipo de plan de previsión exequial o fondo mortuorio?

Si	252
No	129
	<hr/>
	381

De que tipo y con que empresa?

Plan exequial	21
Seguro de vida	6
Servicios funerarios	37
Fondo mortuario	188
	<hr/>
	252

Funerarias privadas	21
Funerarias de asociaciones	37
seguros privados	6
seguridad estatal	153
cooperativas, gremios, sindicatos	35
	<hr/>
	252

4.- Conoce empresas que ofrezcan previsión exequial?

Cuáles?

Si	289
No	92
	<hr/>
	381

Funeraria Jaramillo	241
Funeraria Sueño Eterno	9
Preveer	2
Preventiva	1
Los Rosales camposanto	36
	<hr/>
	289

5.- Que opinión le merece este tipo de servicio?

Bueno	87
Innecesario	51
Importante	194
Tétrico	49
	<hr/>
	381

6.- Estaría dispuesto (a) a adquirir un plan de previsión
exequial?

Si	281
No	100
	<hr/>
	381

7.- Al momento de decidirse por un plan de este tipo la empresa que lo
brinde?

Tendría relevancia	303
Le sería indiferente	78
	<hr/>
	381

Que debería brindarle la empresa para ser de su preferencia?

costo accesible	192
beneficios adicionales	124
Completa infraestructura	56
Otros	9
	<hr/>
	381

8.- Personalmente como cree usted que les gustaría encontrar publicidad exequial
de este tipo sin alterar su diario vivir, influyendo positivamente para adquirir estos
planes?

Radio	145
Televisión	57
Prensa escrita	79
vallas publicitarias	50
hojas volantes	45
otro	5
	<hr/>
	381

9.- Usted prefiere pagar mensualidades?

Muy bajas por un tiempo indefinido	86
Cómodas cuotas por un tiempo determinado	295
	<hr/>
	381

10.- De adquirir un plan de este tipo su forma de pago sería?	
Contado	35
T/C diferido	11
Cuotas mensuales	335
	<u>381</u>

*Si fuera en cuotas mensuales por un tiempo determinado, como usted prefiere el pago?

Directo en la oficina	112
Visita en la casa o trabajo de un cobrador	69
Debito bancario	154
	<u>335</u>

11.- Con que banco trabaja usted?

Banco de Loja	137
Banco de Guayaquil	62
Banco de Pichincha	85
Produbanco	16
Cooperativas	81
	<u>381</u>

12.- Para información de este tipo de servicios usted prefiere:

Llamada telefónica	56
Visita en trabajo	32
Visita en la casa	68
publicidad indirecta	225
	<u>381</u>

13.- De los siguientes servicios y productos exequiales a su parecer cuales son indispensables (no pueden faltar) al momento de requerir de un servicio funerario estándar?

Misa	276
Carroza	289
Arreglos florales	220
Servicio de cafetería	198
Homilía	0
Tumba o bóveda	263
Cofre madera	189
Cofre metálico	111
Tanatopraxia	22

Formolización	34
Sala de descanso	84
Música instrumental	22
Libro Recordatorio	0
Otros	0
	<hr/>
	1708

3.2.7 CLIENTE FANTASMA

Como investigación de mercado se aplicó la del cliente fantasma la cual nos dice que debemos hacernos pasar nosotros o alguien cercano por un cliente que acude o llama a la competencia para preguntar sobre los productos y servicios que oferta la empresa pudiendo de esta manera obtener información importante para manejarnos como empresa y tratar de tener una mejor oferta. Pero esto nos ayudo tan solo para conocer los precios con los cuales se manejan y su oferta de planes, información que ocupamos para el análisis de la competencia pero debido a la amistad que la empresa mantiene con el resto de funerarias ya que “El Retorno” al ser el propietario del único crematorio en la ciudad da sus servicios a todas estas empresas cuando requieren de dicho servicio, por lo cual fue muy fácil acercarse y pedirles como favor especial nos ayudarán con cierta información que yo necesitaba para realizar mi tesis de grado, para lo cual accedieron.

La información que creí de mayor relevancia fue la obtenida de Campo Santo Los Rosales debido a que esta es una empresa exequial nueva como funeraria El Retorno la cual se esta dando a conocer de a poco como nuestra compañía. La información que se pudo obtener fue que cada vendedor realiza visitas a por lo menos 6 personas diarias, durante los 22 días laborables que normalmente se puede contar en un mes, de los cuales el 50% de las personas visitadas prestan atención al vendedor y el otro 50% no le da importancia y muchas veces se molesta por el intento de venta de este tipo de servicios, y de las personas que prestan atención solo el 10% se

interesa realmente y se puede concretar la venta, por lo que se dice que un vendedor puede conseguir como estimado vender 7 planes por mes, una vez que el mismo adquiera a través de la experiencia las destrezas necesarias para obtener cada vez mejores resultados. De la información obtenido por funeraria Jaramillo se conocer de que esta ofreciendo en este momento planes exequiales individuales para un tiempo determinado de hasta tres años, ya que muchas de las personas que adquirieron los planes familiares para un tiempo indeterminado una vez que ellos hacían uso del plan sus familiares no estaban de acuerdo con seguir cancelando mensualidades por estos planes. De las otras dos empresas que ofertan servicios exequiales se conoció que se encuentran brindando planes exequiales a muy bajos costos como lo hizo en un principio funeraria Jaramillo por un tiempo indeterminado pero que los mismo no tienen mucha acogida y que están dirigidos a otros sectores sociales.

Cuadro 6: Estadístico ventas obtenidas

Estadística de venta OBTENIDAS	
clientes visitados por día	6
clientes visitados por mes	132
visitas fallidas 50%	66
visitas exitosas 50%	66
ventas 10% visitas exitosas	7

FUENTE: CAMPO SANTO LOS ROSALES

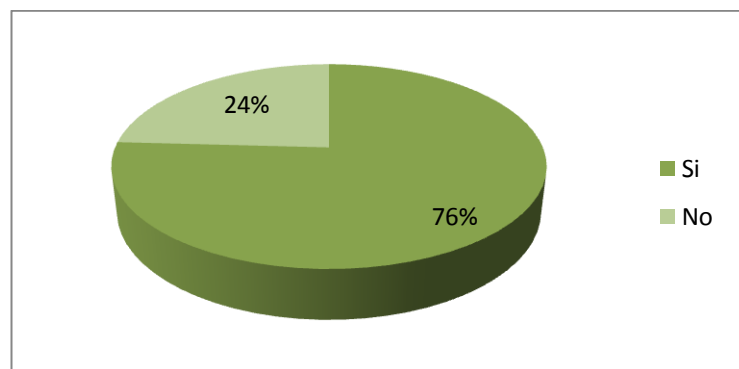
ELABORACIÓN: DEL AUTOR

Es decir para vender 7 en un mes se debe sacar 132 citas y lograr 66 visitas

3.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

En la actualidad todas las empresas exequiales privadas existentes en la ciudad cuentan entre sus servicios a ofertar con la venta de planes pre- pagados, los cuales han tenido buena acogida en un gran numero de personas debido a que se los ofrece como un servicio indispensable que todos vamos a necesitar tarde o temprano el cuál es muy costoso y muchas veces se torna en una carga no solo emocional para la familia si no que también económica por los altos precios de estos servicios en la ciudad, estos planes tienen como objetivo principal el anticipar el pago de esta clase de servicios y se lo puede realizar a través de cómodas cuotas de acuerdo a las políticas de la empresa y a los planes existentes.

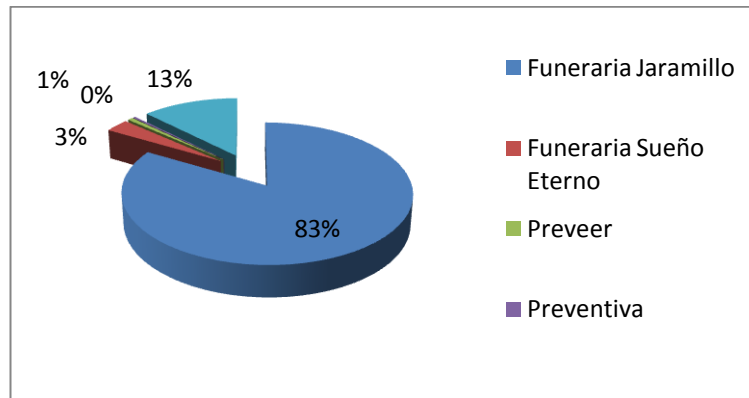
Gráfico 11: ¿Conoce empresas que ofrezcan previsión exequial?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Gráfico 12: ¿Cuáles?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

3.3.3 FUNERARIA JARAMILLO

Ilustración 1: Foto funeraria Jaramillo



La Experiencia es su mayor fortaleza al encontrarse en el mercado por ya varias décadas y catalogarse como una empresa de renombre y tradición en la ciudad así como el mantener una gran base de clientes.

Otra de los factores de éxito es su campaña al lanzar su plan prepago “La Esperanza” que ha tenido buena acogida entre sus clientes debido a que ya cuentan con 1500 socios, la cual se basa en pagar mensualidades por adelantado de \$13 que cubre el brindar el servicio a 7 familiares. Esto lo han logrado contratando un gran número de personal el cual va puerta a puerta a vender este tipo de planes.

La debilidad de esta empresa esta en que los clientes se quejan de su excesivo costo, su intenso acoso por vender planes prepago y al darse cuenta que este tipo de planes no son más que una forma de retener gente, ya que este plan solo funciona como un ahorro mensual para los clientes y no como un seguro que es como logran venderlo.

Cuadro 7: Planes prepago individual inhumación

PLAN INDIVIDUAL INHUMACIÓN
CONTRATO PARA 1 AÑO
Costo Total \$1890 Mensualidades de \$53
Entrada 5% o 10%
Sala de Velación
Cofre metálico lineal o de madera
Servicio de Cafetería
Atención personalizada durante la Velación
Habitación de descanso
Arreglos Florales naturales (4 Laterales)
Servicio Telefónico
Música ambiental
Ceremonia Religiosa en la sala de Velación
Traslados a la Iglesia y/o Cementerio
Libro Recordatorio
Publicación parte mortuorio en radio y TV.

FUENTE: FUNERARIA JARAMILLO
ELABORACIÓN: DEL AUTOR

Cuadro 8: Planes prepago individual cremación

PLAN INDIVIDUAL CREMACIÓN
CONTRATO DE 1 A 3 AÑOS
Costo Total \$2050 Mensualidades de \$57
Entrada 5% o 10%
Sala de Velación
Cofre metálico lineal o de madera
Servicio de Cafetería
Atención personalizada durante la Velación
Habitación de descanso
Arreglos Florales naturales (4 Laterales)
Servicio Telefónico
Música ambiental
Ceremonia Religiosa en la sala de Velación
Traslados a la Iglesia y/o Cementerio
Libro Recordatorio
Publicación parte mortuorio en radio y TV.

FUENTE: FUNERARIA JARAMILLO
ELABORACIÓN: DEL AUTOR

Cuadro 9: Planes prepago familiar

PLAN FAMILIAR
CONTRATO INDEFINIDO PARA 7 PERSONAS
Entrada \$12.00
MENSUALIDADES DESDE \$13.00 , SEGÚN EL SERVICIO
SERVICIO CLASICO: SALA N°1 \$1250
SERVICIO ESPECIAL: SALA N°2 \$ 1650
SERVICIO DE LUX: SALA N°3 SOLO PARA PERSONAS CON CANCER \$ 1890
Sala de Velación
Cofre metálico lineal o de madera
Servicio de Cafetería
Atención personalizada durante la Velación
Habitación de descanso
Arreglos Florales naturales (4 Laterales)
Servicio Telefónico
Música ambiental
Ceremonia Religiosa en la sala de Velación
Traslados a la Iglesia y/o Cementerio
Libro Recordatorio
Publicación parte mortuorio en radio y TV.

FUENTE: FUNERARIA JARAMILLO

ELABORACIÓN: DEL AUTOR

3.3.4 FUNERARIA SUEÑO ETERNO

Ilustración 2: Foto funeraria Sueño Eterno



Su mayor atributo es que tiene una sala de velación con capacidad para 300 personas y realiza traslados dentro y fuera de la provincia, comenzó con precios bajos pero hoy son muy similares a los de la Funeraria Jaramillo y su negocio se ha volcado a la venta de cofres más que al alquiler de la sala de velación. Su target son personas de la provincia y que no tienen interés en que exista un excelente servicio, por lo que su meta a futuro es expandirse ubicando sucursales en ciertos cantones de la provincia.

Cuentan también con servicio de venta exequial pre pagada PREVENIR, su personal consta de tres personas que le ayudan en este tipo de ventas puerta a puerta, con una aceptación limitada debido a que el servicio que ofrece se esta viendo relegado por la competencia que en la actualidad es mayor. Y su forma de entrar al mercado con este producto es copiando exactamente todo las estrategias de venta de funeraria Jaramillo, actualmente están promocionando sus planes para siete familiares con cuotas de siete

dólares, estrategia con la que comenzó funeraria Jaramillo pero que la dejó debido a las nuevas necesidades de los clientes.

Cuadro 10: Plan prepago 1 y 2

Plan 1 \$ 1200
Sala de Velación o Capilla ardiente a Domicilio por 24 horas
Cofre metálico lineal
Servicio de Cafetería
Atención personalizada durante la Velación
Habitación de descanso
Arreglos Florales naturales (4 Laterales)
Sala con capacidad para 300 personas
Música ambiental
Traslados a la Iglesia y/o Cementerio
Trámites Legales para inhumación
Publicación parte mortuorio en radio y TV.
Plan 2 \$ 1800
Sala de Velación o Capilla ardiente a Domicilio por 24 horas
Cofre madera
Servicio de Cafeteria
Atención personalizada durante la Velación
Habitación de descanso
Arreglos Florales naturales
Sala con capacidad para 300 personas
Música ambiental
Traslados a la Iglesia y/o Cementerio
Trámites Legales para inhumación
Publicación parte mortuorio en radio y TV.

FUENTE: FUNERARIA SUEÑO ETERNO

ELABORACIÓN: DEL AUTOR

Cuadro 11: Plan prepago cremación

CREMACIÓN \$2000
Sala de Velación o Capilla ardiente a Domicilio por 24 horas
Servicio de Cremación
Servicio de Cafetería
Atención personalizada durante la Velación
Habitación de descanso
Arreglos Florales naturales (4 Laterales)
Sala con capacidad para 300 personas
Música ambiental
Traslados a la Iglesia y/o Cementerio
Trámites Legales para inhumación
Publicación parte mortuario en radio y TV.

FUENTE: FUNERARIA SUEÑO ETERNO

ELABORACIÓN: DEL AUTOR

3.3.3 CAMPOSANTO LOS ROSALES “COLINAS DE PAZ”

Ilustración 3: Foto Campo Santo Los Rosales



Es la más reciente oferta que existe en el mercado con precios altos al igual que la competencia sobre todo en lo que se refiere al costo de tumbas o bóvedas ya que cuenta con espacio propio para enterramientos. La gente piensa que es algo nuevo y moderno, pero tiene grandes fallas como el acceso al mismo ya que al momento cuenta con un área de parqueo muy pequeña por lo que las personas deben dejar sus carros muy abajo y luego subir a pie por una cuesta hacia la sala de velación y esto es muy cansado, otro de sus defectos es que al pertenecer a familias muy importantes de la ciudad se piensa que su servicio será de muy alta categoría lo cual sucede con personajes importantes de la ciudad donde están dispuestos a brindar a casi ningún costo la velación, pero con el resto de personas su trato es mucho menos detallista donde el lugar destinado por ejemplo a la cafetería se llena de vasos sucios que inclusive ruedan por el piso debido a que los basureros están llenos y nadie se encuentra ahí para encargarse de este servicio.

Aquí la venta de planes pre pagados difiere un poco de la competencia debido a que sus cuotas mensuales son más altas ubicándose casi en los 40 0 50 dólares mensuales, todos estos planes

tienen un 18% de cargo esto por políticas específicas de la empresa ya que estos planes solo se financian para máximo 3 años, por lo que su mercado está limitado a personas con un alto poder adquisitivo y muchas de las personas compran sectores de enterramiento para toda su familia que es un altísimo costo pero pocas personas lo pueden hacer.

Cuadro 12: Plan prepago girasol

Plan Girasol \$1512 con mensualidades de \$ 42
Sala de Velación N° 1 o Capilla ardiente a Domicilio por 24 horas
Cofres Nacional o Fantasia
Servicio de Cafetería
Personal para traslado de cuerpo
Sala de descanso familiares
Arreglos Florales naturales (4 Laterales)
Servicio Telefónico
Música ambiental
Ceremonia Religiosa en la sala de Velación
Autocarroza
Trámites Legales para inhumación
Libro Recordatorio
Tarjetas de agradecimiento
Cuña Radial y en televisión

FUENTE: CAMPO SANTO LOS ROSALES

ELABORACIÓN: DEL AUTOR

Cuadro 13: Plan prepago orquídea

Plan Orquídea \$1800 con mensualidades de \$ 50
Sala de Velación N° 1 o Capilla ardiente a Domicilio por 24 horas
Cofres Española o Roma Clasico
Servicio de Cafetería
Personal para traslado de cuerpo
Sala de descanso familiares
Arreglos Florales naturales (6 Laterales)
Servicio Telefónico
Música ambiental
Ceremonia Religiosa en la sala de Velación con acompañamiento musical
Autocarroza
Trámites Legales para inhumación
Libro Recordatorio
Tarjetas de agradecimiento
Publicación parte mortuorio en la prensa (1/4 de pag)
Cuña Radial y en televisión

FUENTE: CAMPO SANTO LOS ROSALES
ELABORACIÓN: DEL AUTOR

Cuadro 14: Plan prepago tulipán

Plan Tulipan \$2700 con mensualidades de \$ 75
Sala de Velación N° 2 o Capilla ardiente a Domicilio por 24 horas
Cofres Iberica classic o Americana Paradisso
Cremación
Servicio de Cafetería
Personal para traslado de cuerpo
Sala de descanso familiares
Arreglos Florales naturales (8 Laterales)
Servicio Telefónico
Música ambiental
Ceremonia Religiosa en la sala de Velación con acompañamiento musical
Autocarroza
Trámites Legales para inhumación
Libro Recordatorio
Tarjetas de agradecimiento
Publicación parte mortuorio en la prensa (1/2 de pag)
Cuña Radial y en televisión

FUENTE: CAMPO SANTO LOS ROSALES
ELABORACIÓN: DEL AUTOR

*Estos precios no incluyen la bóveda, que es su producto principal al ser cementerio privado y sus precios pueden llegar a sumar con el valor de la velación a más de \$2500 dólares.

3.3.4 OTRAS EMPRESAS

Existen también empresas de servicios exequiales prepagados que no cuentan con infraestructura en la ciudad para brindar el servicio. Así tenemos a nivel local una compañía que se encarga de ventas de servicios exequiales pre pagado llamada PREVENTIVA la cual solo realiza estas ventas pero no cuenta con salas de velación por lo que cuando se le presenta un evento lo brinda a través de una de las funerarias existentes con las que tiene convenio que son en este caso funeraria Sueño Eterno, funeraria El Retorno o camposanto Los Rosales.

El número de personas que esta empresa mantiene como clientes es muy limitado debido a su falta de infraestructura y a que existen otras empresas que ofrecen todo el servicio, el costo mensual por adquirir uno de estos planes pre pago puede ser desde 1 dólar por tiempo indefinido lo que al final es lo mismo que otras.

Parte de esta competencia también son empresas o aseguradoras locales o de otras ciudades que brindan también la misma clase de servicios y muchas de ellas ofrecen que cuando el fallecimiento no sea en la ciudad donde se encuentran sus instalaciones o no poseen instalaciones, ellos se encargarán de pagar a otra funeraria para que brinde los servicios exequiales necesarios. Esto se da normalmente cuando existen familias que han vivido por largo tiempo en una determinada ciudad y luego por cuestiones de trabajo o personal emigran a otra ciudad, o cuando tienen un familiar que por circunstancias ajenas reside en una ciudad distinta y este es el único familiar cercano encargado del familiar y prefiere comprar uno de estos planes por si ocurriera un infortunio y lo prefiere hacer en la ciudad que el vive o donde vive su familiar, en casos como este es cuando la competencia se abriría a un mayor número de empresas.

Actualmente El Retorno mantiene un convenio con Prever empresa exequial de la capital que mantiene ya sucursales en diferentes países, y que ofrece sus servicios en la ciudad de Loja a través de nuestra funeraria.

CAPITULO IV

4 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

4.1 PLAN DE MARKETING

4.1.1 POSICIONAMIENTO

El posicionamiento es un resultado directo de las acciones que apoyan a la estrategia, es por esto que estaremos dirigidos a colocar nuestro producto de manera que se distinga de los demás, identificando a El Retorno como una empresa que brinda un excelente servicio exequial en la ciudad.

Estamos enfocados a reconocer en todo momento cual es la posición que ocupa nuestra empresa en relación a la competencia para de esta manera actuar con una buena estrategia.

Nuestro posicionamiento está basado en calidad, excelente servicio y precios accesibles ofrecidos a nuestros clientes ya que esto causa un gran impacto dentro de un mercado en donde existe el pensamiento que calidad significa un alto precio, como es nuestro caso. Lo que hará que las personas que acuden a nuestros servicios se den cuenta de nuestro profesionalismo siendo esta la única forma en que ellos puedan palpar el servicio que van a adquirir a través de los planes pre-pagados. Otra manera de posicionarnos es mediante nuestra imagen proyectada, que procura ser el de un servicio personalizado que también nos ayudara a ubicarnos dentro de la mente de nuestros consumidores, ayudados principalmente con una gran campaña que promueva los nuevos productos que ofrecerá la empresa y sobre todo que destaque que es un esfuerzo que El Retorno realiza para brindar un excelente servicio para todas las personas de nuestra ciudad.

4.1.2 TARGETING: MERCADO OBJETIVO

De los 136 mil habitantes que existen en la ciudad de Loja la gran mayoría son quienes podrían llegar a ser nuestros futuros clientes o mercado objetivo; es decir, personas que buscan un buen servicio a un costo asequible; además, personas que aprecian el buen gusto y buscan un lugar acogedor y diferente de la funeraria tétrica que han estado acostumbrados. La calidad de nuestro servicio es excelente por lo que se encontraría a la altura de cualquier Funeraria de la ciudad.

Pero específicamente nuestro target son personas hombres o mujeres de entre los 30 a los 80 años de edad que tienen un sueldo fijo, pensión o algún tipo de ingreso de dinero el cual cubra sus necesidades básicas y tenga un pequeño excedente para poder adquirir un servicio como el que se ofrece, se dice que serían las personas de entre estas edades ya que aquí pertenecen personas adultas con un mayor grado de responsabilidad y pensamiento maduro que se preocupan del futuro es decir estas personas son más cautelosas en sus decisiones invirtiendo su dinero en servicios y productos que traerán beneficios reales a sus vidas, lo que las convierte en personas previsivas.

4.1.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Hemos segmentado el mercado enfocándonos a la ciudad de Loja a personas que requieran de servicios exequiales que pertenezcan a la gran clase media como *mercado meta* en la zona urbana; a un mediano plazo como *mercado objetivo* sería el llegar a las personas que cuentan ya con algún tipo de servicio similar pero que no cumple con sus expectativas; y a largo plazo como *mercado potencial* se

planea llegar a atraer a los clientes de clase alta que maneja la competencia al ver como mejor opción a El Retorno para que brinde esta clase de servicios.

El *mercado total* de la empresa serán los habitantes del cantón de Loja al convertirse en la mejor opción al momento de necesitar todo cuanto se refiere a servicios exequiales, brindando un servicio excepcional que sea reconocido por todos.

En vista de que en ciudades pequeñas como la nuestra no existen muchas personas que pertenezcan a la clase alta, la mayor parte de empresas que ofrecen los mismos servicios se enfocan a este mismo segmento de personas, lo que nos diferencia de estas empresas es que ofrecemos el mismo servicio a un costo relativamente moderado, el cual no es el más económico ya que existen actualmente cooperativas y sindicatos que ofrecen servicios exequiales a sus socios casi a ningún valor, pero en la relación a las empresas privadas nuestros costos son prácticamente la mitad de los que ofrecen estas empresas en servicios emergentes y para un tiempo determinado en lo que se refiere a planes ya que los del resto de empresas lo son por un tiempo indeterminado.

4.1.4 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN:

CLIENTE

DEMOGRÁFICO:

Clase Social

Gran Media

Ingresos por familia

Mayor de \$500 mensuales

GEOGRÁFICA:

Ciudad

Loja, zona urbana

PSICOGRAFICA:

ESTILO DE VIDA: Persona previsiva que busca una atención inmediata a un costo moderado que le ofrezca todos los servicios.

COMPORTAMIENTO DE COMPRA:

Ventajas que busca Buen servicio y servicios adicionales tangibles
Sensibilidad y Factor Comercial Calidad, Precio.

4.2 VENTAJA COMPETITIVA

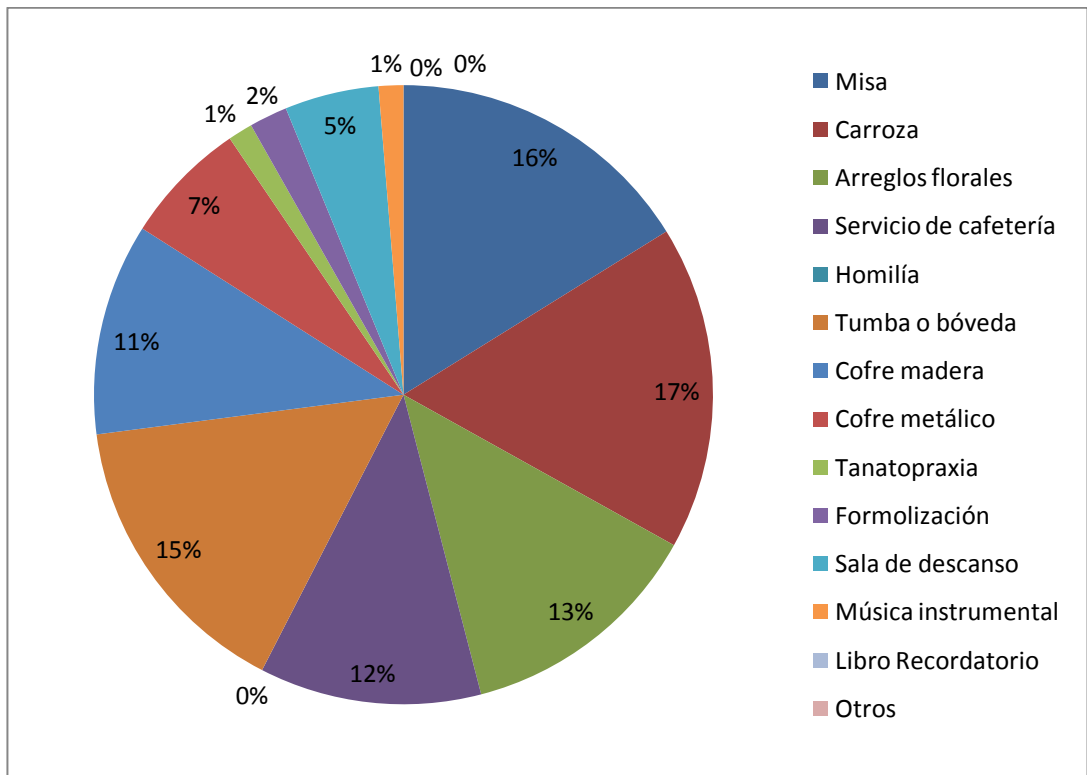
Nuestra ventaja sobre el resto de funerarias son principalmente el servicio de cremación ya que al ser el único en la ciudad de Loja y pertenecer a la misma empresa podemos ofrecer precios más asequibles y las personas luego de tanto tiempo de inculcar esta nueva opción en la ciudadanía, están prefiriendo cada vez más la cremación como la mejor opción al momento de la muerte.

En lo que respecta a la venta de planes exequiales específicamente contamos con paquetes de diferentes costos que van de acuerdo al bolsillo de cada persona, y que a diferencia de los planes que ofrecen el resto de empresas nuestro producto le brinda servicios adicionales que pueden hacer uso para llevar un mejor estilo de vida cuidando su salud.

4.3 PRODUCTO

Nuestro servicio principal es la venta de planes pre-necesidad o pre pago los cuales se los puede obtener a manera de paquetes en los que se incluye varios servicios y productos indispensables a la hora de requerir de un servicio exequial como son: sala de velaciones, cofres para velación, servicio de cremación o inhumación, servicio de cafetería, arreglos florales, trámites legales, ceremonia religiosa de acuerdo al culto, servicio de carroza, parte mortuario prensa y una infraestructura especialmente diseñada para este tipo de servicio; además, de un trato personalizado.

Gráfico 17: ¿De los siguientes servicios y productos exequiales a su parecer cuales son indispensables (no pueden faltar) al momento de requerir de un servicio funerario estándar?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

El plan cremación será nuestro producto estrella debido primero a que solo nuestra empresa ofrece este servicio en la ciudad de Loja y las personas que deseen adquirirlo lo podrán hacer a un costo más económico evitando intermediarios (que en este caso serían otras funerarias) y segundo a que actualmente según los datos que pudimos recoger el porcentaje de personas que prefieren la cremación esta en constante aumento de manera que en nuestra ciudad se ubica en un 40% contra un 60% que aún prefieren la tradicional inhumación o sepultura.

Estos planes pueden contemplar también el pago anticipado de cualquiera de nuestros productos o servicios por separado de acuerdo a la necesidad y preferencia del cliente, la ventaja de comprar un servicio de esta clase es que garantiza se cumplirá la decisión del cliente así como congelará su costo a partir de la primera cuota lo que avala nuestro compromiso con el usuario, a más de recibir estos beneficios la persona se hace acreedora de una tarjeta de la empresa, la cual contará con sus datos personales y con la misma podrá hacer uso de descuentos especiales en lugares como: farmacias, clínicas y centros odontológicos.

Otra producto que pensamos ofrecer a futuro con intenciones de seguir creciendo cada día como empresa como alternativa a este tipo de planes exequiales es un seguro contra accidentes el cual junto a Aseguradora del Sur vamos a sacar al mercado para las personas que confían mas en este tipo de productos, el cual al obtenerlo cubrirá no solamente el pago de los servicios exequiales si no de cualquier eventualidad en caso de un accidente como: ambulancia, hospitalización, dinero en efectivo, servicio exequiales y todos los gastos que se efectuaran sin limite, esto lo venderemos ambas empresas percibiendo El Retorno un valor por seguro introducido y el valor del costo del servicio exequial en caso de requerirlo.

Ilustración 4: Planes exequiales



El Retorno
FUNERARIA

Su plan, sus cuotas!

Plan Oro

Cobertura

- Trámites legales para inhumación
- Traslado autocarroza a la sala de velación, iglesia y cementerio (perímetro urbano).
- Proveer al cliente o beneficiario de un cofre de madera tipo español.
- Utilización de Sala de Velación durante las 24 horas.
- Servicio de cafetería.
- Atención personalizada durante la velación.
- Cuatro arreglos florales naturales laterales.
- Servicio religioso de cuerpo presente con acompañamiento musical en la sala de velaciones.
- Entrega de un recuerdo para los deudos.
- Espacio individual en el cementerio por 5 años.

Beneficios Adicionales

- Publicación de parte mortuario en radio y televisión local.
- Publicación de parte mortuario en la prensa local.
- Música ambiental.
- Acompañamiento musical durante el servicio religioso.
- Servicio telefónico
- Habitación de descanso.



Plan Diamante

- Trámites legales para cremación
- Traslado autocarroza a la sala de velación, iglesia y cementerio (perímetro urbano).
- Proveer al cliente o beneficiario de un cofre de madera especial para cremación.
- Utilización de Sala de Velación durante las 24 horas.
- Servicio de cafetería.
- Atención personalizada durante la velación.
- Cuatro arreglos florales naturales laterales.
- Servicio religioso de cuerpo presente con acompañamiento musical en la sala de velaciones.
- Entrega de un recuerdo para los deudos.
- Proveer al cliente o beneficiario de un Cenizario.

Beneficios Adicionales

- Publicación de parte mortuario en radio y televisión local.
- Publicación de parte mortuario en la prensa local.
- Música ambiental.
- Acompañamiento musical durante el servicio religioso.
- Servicio telefónico
- Habitación de descanso.

Dirección: Av. Manuel Agustín Aguirre y Pío Jaramillo Alvarado
(parque lineal La Tebaida) Telf: 2548302/ 098474562



4.3.1 BENEFICIOS TANGIBLES

Una de las razones que dan muchos de los posibles clientes de planes pre-pagados son el hecho de que a pesar del conocimiento que tienen que esta clase de planes van a cubrir los gastos que implicarían en un futuro los servicios exequiales, no pueden concebir que alguien pague mensualidades de dinero por un servicio que no va a poder palpar y que deja en la persona el pensamiento de su próxima muerte. Lo cual es algo que creemos que estas personas tienen algo de razón por lo que hemos elaborado para todas las personas un producto que aparte de ofrecer el típico servicio exequial también traiga beneficios a la vida del cliente de planes exequiales pre-pagados como son descuentos en clínicas, farmacias, centros odontológicos, servicio de cremación de restos para el afiliado y toda su familia. Así como el derecho a participar en cursos de aromaterapia, yoga, manualidades, etc., los cuales mostraran a las personas que al pagar por un plan de este tipo no es debido a que ya están pensando en su muerte o la de un ser querido; sino que, simplemente quieren ser previsivos y obtener estos maravillosos beneficios.

Para todo esto la empresa “El Retorno” se encargará de entregar a sus clientes una tarjeta desde el segundo pago de su cuota, con su nombre escrito en la parte frontal y el tipo del plan con el que cuenta, en la parte posterior tendrá los logotipos de las empresas en donde puede obtener los descuentos y que hacer en caso de requerir de los servicios exequiales de la empresa, así como especificará que la persona tendrá derecho a todos estos beneficios siempre y cuando se mantenga al día en sus mensualidades o cuotas pactadas.

Ilustración 5: Tarjeta Planes exequiales PARTE FRONTAL



Ilustración 6: Tarjeta Planes exequiales PARTE POSTERIOR



El contrato se lo firmará desde el pago de la primera cuota, pero la factura se la entregará al finalizar el pago de las mismas.

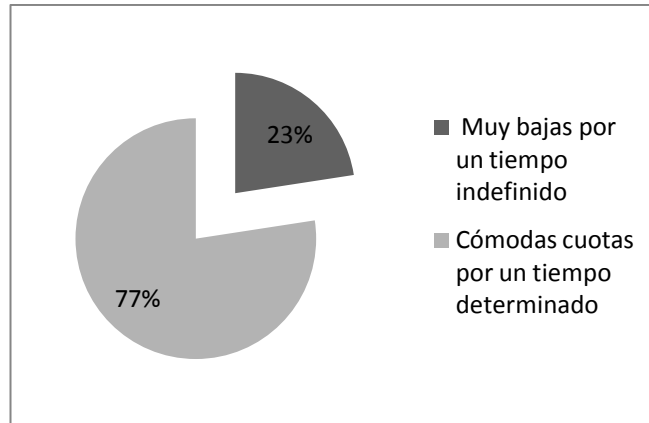
4.4 PRECIO

EL retorno mantendrá dos planes generales los mismos que serán de cremación (plan Diamante) y de inhumación (plan Oro) los valores a pagar por los mismos variaran de acuerdo a las exigencias de servicios y productos de cada cliente, el pago por los mismos lo podrán hacer hasta en un tiempo máximo de tres años por plan adquirido dividiéndolo de esta manera en 36 cuotas mensuales de aproximadamente 32 o 34 dólares respectivamente, o si lo desean lo podrán hacer en menor tiempo con cuotas mayores y hasta pagos trimestrales o semestrales de acuerdo a la conveniencia de cada individuo.

Actualmente existen muchos clientes los cuales se han acercado a nuestras oficinas en busca de información sobre la venta de planes exequiales, es por esto la razón de esta tesis la cual tiene como objetivo satisfacer a estos clientes que buscan en El Retorno la posibilidad de pago anticipado por nuestros servicios.

De esta experiencia también pudimos rescatar que muchas personas prefieren pagar en general en cualquier producto o servicio que adquieren cuotas mayores pero en un menor tiempo o el total de monto ya que no les gusta sentir que tienen algún tipo de deudas, y otras prefieren hacerlo trimestral o semestralmente debido a que tienen dinero ganando interés a plazo fijo en algún banco o les gusta dejar cuotas mayores por no acercarse cada mes a cancelar. Por lo que decidimos que será decisión del cliente una vez llegado a un acuerdo con la empresa el escoger como prefiere pagar y el valor de sus cuotas de acuerdo al tiempo que elija.

Gráfico 18: ¿Cómo usted prefiere pagar mensualidades?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

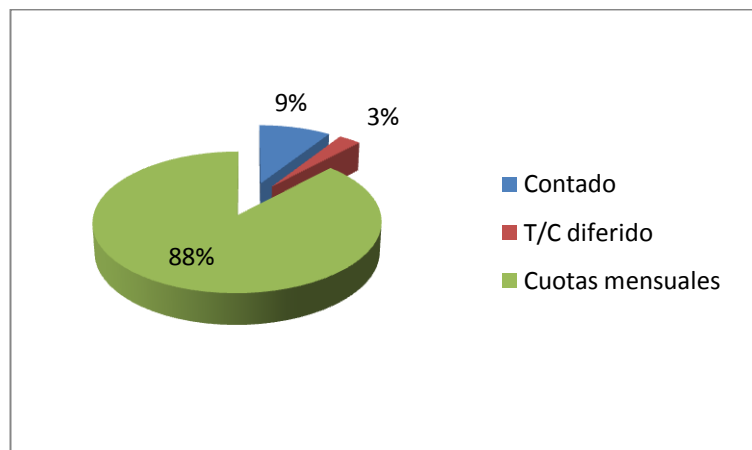
Esto nos diferenciará de la competencia los cuales mantienen cuotas mensuales en planes similares muy superiores a las nuestras llegando a sobrepasar los 50 dólares, y menores mensualidades de aproximadamente 17 dólares solo en planes que son para un tiempo indeterminado como ellos los llaman o para toda la vida como debería ser su nombre real.

4.4.1 CRÉDITO

Para la cancelación mensual de las cuotas de los planes vendidos, nuestros clientes lo podrán hacer a través de debito bancario con los clientes que mantenga una cuenta en el Banco de Loja o depositando su cuota mensualmente a la cuenta de la empresa en este mismo banco, o también acercándose a nuestras oficinas personalmente a cancelar su mensualidad esto lo hacemos para que el cliente tenga la seguridad que la persona que le vende el plan es un miembro de la empresa y no un estafador, según las normas de la empresa es responsabilidad del cobrador el entregarle un recibo de la cuota que ha cancelado, para que el cliente tenga un respaldo de su pago.

Solo a las personas que creamos que tienen una razón válida para no poder cancelar de las maneras antes indicadas su dinero será retirado de su domicilio en una fecha determinada una vez al mes por uno de los vendedores de la empresa de acuerdo al sector, el mismo que será el encargado de entregarle su recibo de pago.

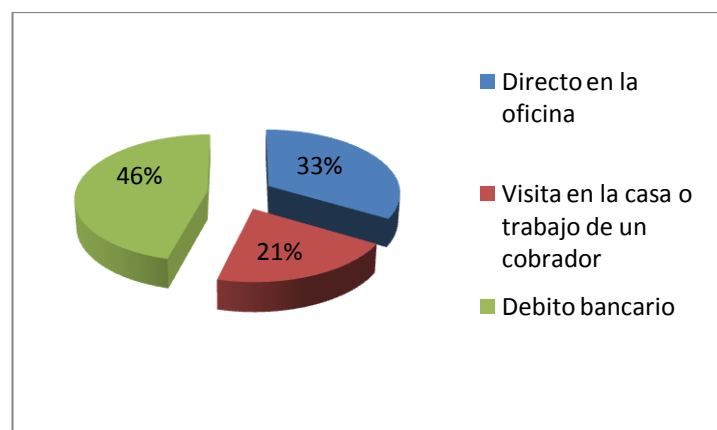
Gráfico 19: ¿De adquirir un plan de previsión exequial como sería su forma de pago?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

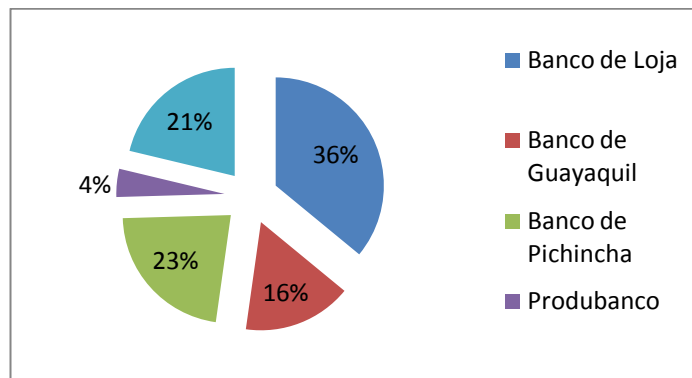
Gráfico 20: ¿Cómo usted prefiere el pago?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Gráfico 21: ¿Con qué banco trabaja usted?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

4.5 PLAZA

Nuestra principal plaza serán personas que habiten en la ciudad de Loja que les gusta estar prevenidas en caso de sufrir un impace tan doloroso como es el de perder un ser querido, y no desean que empresas que ofrecen esta clase de servicios se aprovechen del momento y les cobren valores exorbitantes o que prefieran elegir lo que quieren que se haga una vez que fallezcan. Actualmente este mercado se encuentra abierto en la ciudad debido a que hace ya algunos años otras empresas han promocionado esta clase de servicios y las personas ya tienen conocimiento de cómo funciona y la mayoría de ellos de que es un evento por el cual todos tenemos que pasar en algún momento y nadie esta exento del mismo.

Nos concentraremos principalmente en personas que de sus ingresos mensuales mantengan en excedente de sus egresos para que de esta forma puedan adquirir esta clase de servicios que al no ser un producto de primera necesidad, vendría a ser un lujo que solo se lo podrían dar personas que dentro de su familia tengan un ingreso mensual superior a la canasta básica.

Cuadro 15: Canasta Familiar

CANASTA FAMILIAR	
a FEBRERO/2010	
BÁSICA	US\$ 534.48
VITAL	US\$ 383.44

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORACIÓN: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Cuadro 16: Ingreso mínimo mensual

INGRESO MINIMO MENSUAL (Hogar Tipo)
a ENERO/2010
US\$ 448.00

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORACIÓN: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

4.6 PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Llegaremos a todas estas personas a través de personal capacitado que lleve información de este servicio puerta a puerta en los diferentes sectores de la urbe (barrios y empresas públicas y privadas).

La mayor parte de nuestros planes llegaran a través de la insinuación de entrega de información sobre el servicio de cremación, donde se planea promocionar de esta manera el resto de servicios exequiales incluidos los planes exequiales pre- pago, esto debido a que en nuestra investigación de mercado se pudo conocer que a las personas no les gusta por lo general que les ofrezcan esta clase de servicios, y que prefieren obtener la información por iniciativa propia.

Atar esta información genera los siguientes beneficios:

- Nuevo personal no solo sería para la venta de estos planes si no también para dar a conocer nuestros servicios emergentes e inclusive obtener ventas
- Un mejor posicionamiento de la marca “El Retorno” al contar y brindar una mayor gama de servicios exequiales.
- Mejora en ventas de todos los servicios y productos.

4.7 ESTRATEGIA DE VENTAS

La principal estrategia para impulsar nuestras ventas será durante la toma de contacto del vendedor puerta puerta al indicar que llega a ofrecer información sobre el servicio de cremación de restos, que actualmente es tan común, para evitar que esta persona se sienta acosada por un vendedor al indicarle que nuestro objetivo solo es explicar los costos y procesos de cremación para que la gente conozca y se informe de los mismos, y aquí cuando la persona se siente cómoda con el vendedor aprovechando la curiosidad innata que tenemos todas las personas se le comienza a indicar el resto de productos que ofrecemos, haciendo comparaciones con la competencia para que las personas tengan una mayor idea del los beneficios y el ahorro que ganan al preferir nuestra empresa, animándolos de esta manera para adquirir un plan exequial pre-pagado.

Así mismo podemos aprovechar la oportunidad durante la cremación o al momento de una velación para entregar folletería o hacer conocer a los deudos de que pueden comenzar a pagar desde ya para adquirir nuestros cómodos planes exequiales.

4.8 PUBLICIDAD Y COMERCIALIZACIÓN

➤ MARCA

Ilustración 7: Logotipo



Diferenciación: Nuestra marca “El Retorno” se diferencia de las otras funerarias por ser la única en nuestro mercado que posee su exclusivo servicio de cremación y una excelente atención personalizada que causa impacto y recordación de sus clientes.

Recordación: Nuestra marca esta directamente vinculada al servicio prestado por lo obvio de su logotipo que es un recipiente de cenizas boca abajo de donde salen como si fueran “cenizas” estrellas que acompañan a la marca o nombre comercial de la empresa.

Flexible: Nuestra marca es de fácil adaptación para futuros servicios, como lo muestra el que antes era solo servicio de cremación pasando a brindar servicio de funeraria aumentando la gama de servicios sin tener que modificar la marca y actualmente brindando servicios exequiales en general pre-pago.

Aplicabilidad: la marca refleja directamente nuestro servicio distintivo que es la cremación ya que pretende decir que el fallecido retorna a su hogar en cenizas.

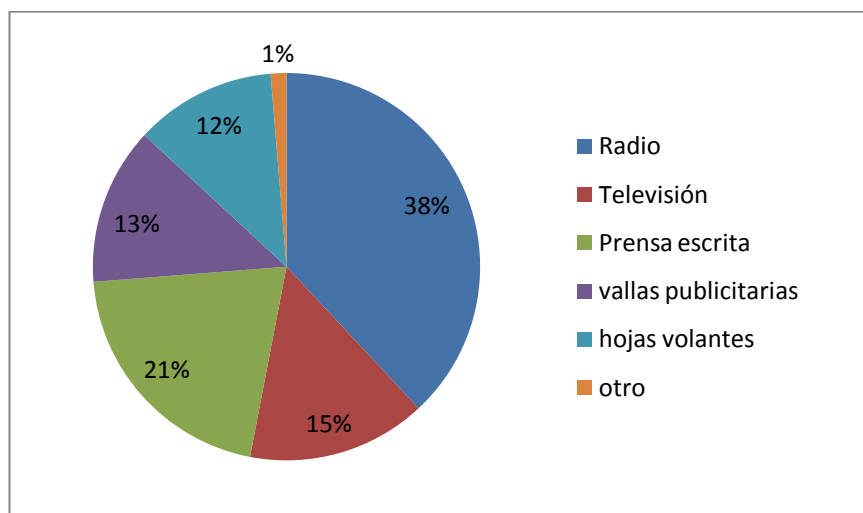
➤ **SLOGAN**

...PORQUE PREVENIR ES IMPORTANTE...

➤ **RELACIONES PÚBLICAS**

Para lanzar este nuevo producto al mercado se realizará una visita a medios de comunicación importantes de la ciudad de Loja, ofertando este nuevo servicio que brindará a parte de los beneficios para los que ha sido creado, servicios adicionales tangibles que el cliente podrá disponer desde la primera cuota de pago.

Gráfico 22: Personalmente, ¿Cómo cree usted que les gustaría encontrar publicidad exequial de este tipo sin alterar su diario vivir, influyendo positivamente para adquirir estos planes?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Además de acuerdo a las entrevistas realizadas y por lo delicado que es el tema de la muerte en nuestra sociedad, al no estar conscientes de que este es el evento más seguro en nuestra vida por el cual todos tenemos obligatoriamente que pasar, hemos decidido que la mejor manera para poder darnos a conocer en nuestro mercado es a través de publicidad indirecta por lo que difundiremos nuestro servicio de la siguiente manera:

- Anuncios en los periódicos y revistas más importantes de la ciudad
- Hojas Volantes de información de la empresa para darnos a conocer.
- Publicidad en las radios importantes de la ciudad en horarios AAA.
- Paletas publicitarias como la que se presenta a continuación:

Ilustración 8: Paletas publicitarias



No se realizará publicidad en televisión debido al excesivo costo de la misma y a que en la ciudad solo existen dos canales locales de los cuales la gente prefiere observar programación de canales nacionales

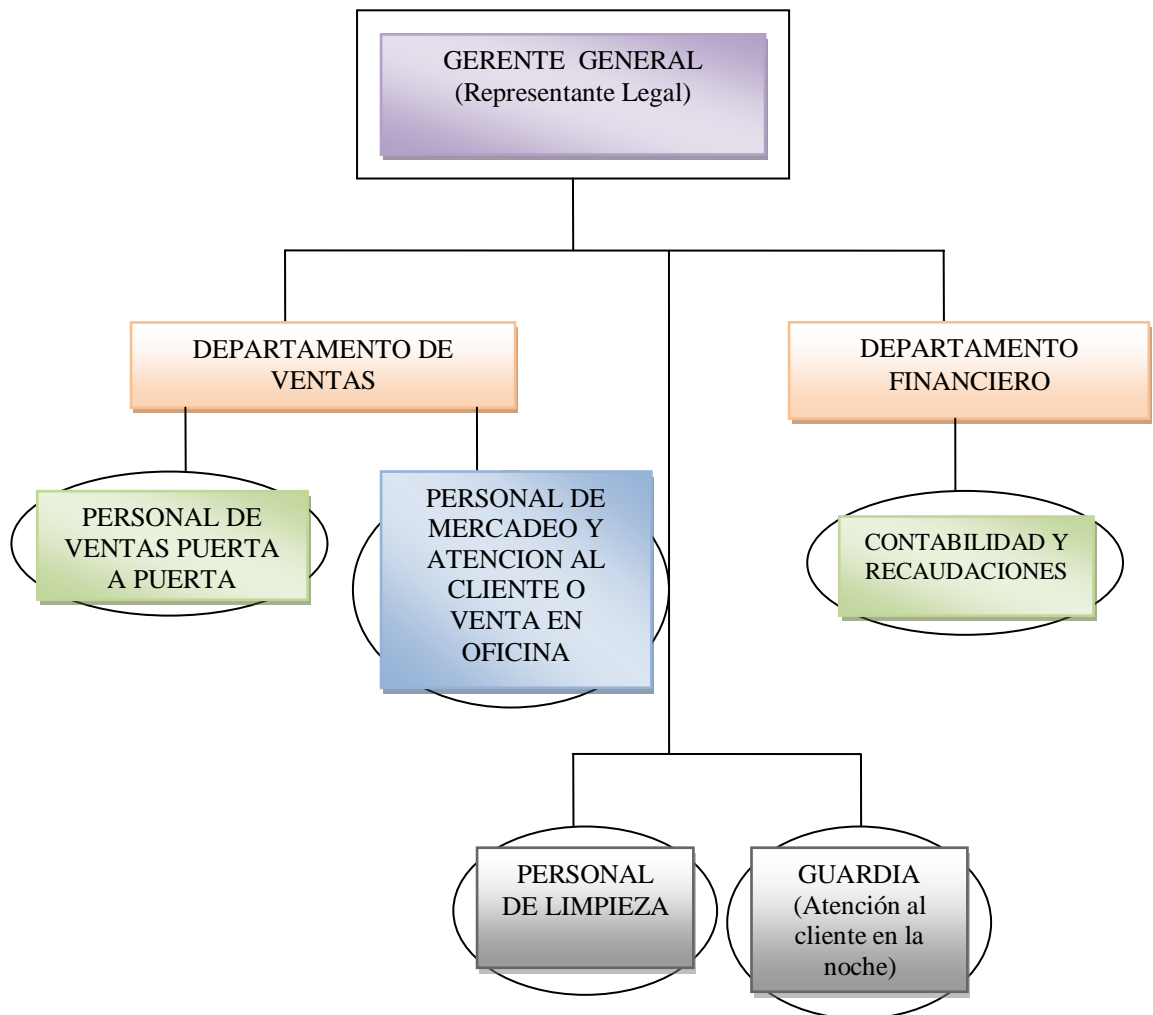
El único monto de INVERSIÓN que necesita y tendrá el presente proyecto será ocupado en su totalidad para esta campaña publicitaria de la manera antes mencionada.

CAPÍTULO V

5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

5.1 ORGANIGRAMA

Cuadro 17: Organigrama



FUENTE: EL RETORNO

ELABORACIÓN: EL AUTOR

5.1 EQUIPO GERENCIAL

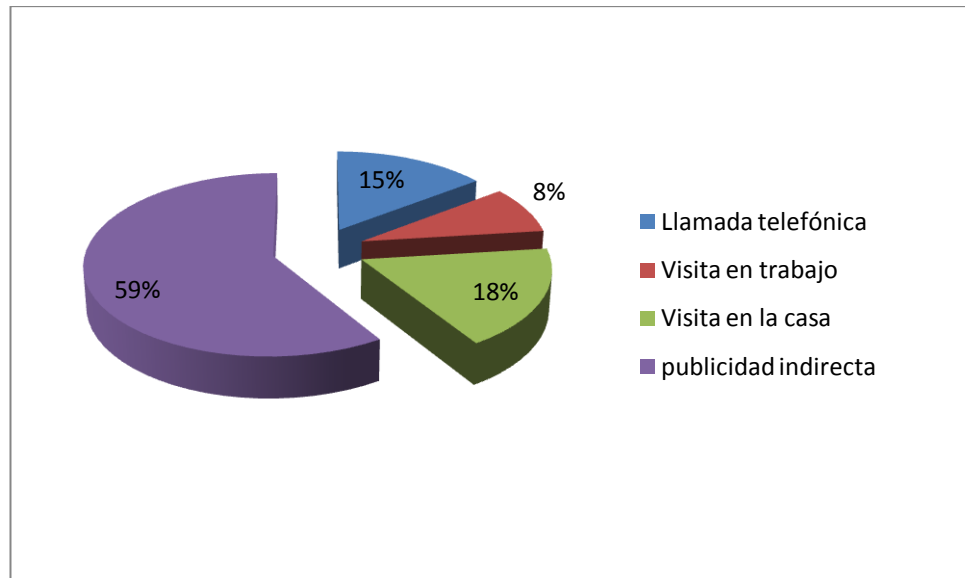
Como equipo gerencial tenemos principalmente a los propietarios de las dos empresas que hoy forman “EL RETORNO”: Ing. Patricio Valarezo y Lic. América Andrade dueños del servicio de cremación y Jorge Luis Valarezo Andrade dueño de la Sala de velación, esta es una empresa familiar que brinda servicios exequiales en la ciudad de Loja y donde se toman decisiones de manera conjunta buscando lo mejor para la empresa, pero que esta siendo gerenciada en este momento por unanimidad por Jorge Luis Valarezo quien es también su representante legal.

En la parte administrativa y de operaciones de la misma nos ayudan también una secretaria, una persona de servicio al cliente, una contadora, una persona que se encarga del resguardo y de dar atención en la noche y dos personas más que nos ayudan en lo que se refiere a la parte de cremaciones.

5.2 PERSONAL

Para esta nueva etapa la empresa procederá a contratar nuevo personal, el mismo que cumplirá funciones de campo, es decir saldrá a vender los planes puerta a puerta, de acuerdo a los datos del INEC proyectados para este año del sector urbano de la ciudad de Loja existen 135000 habitantes los cuales se encuentran divididos en 4 parroquias urbanas el Sagrario, Sucre, San Sebastián y el Valle por esta razón es conveniente contratar personal para cubrir todas estas zonas, en las parroquias mas pequeñas como el Sagrario y San Sebastián se ubicará una persona para cada parroquia y en las mas grandes como Sucre y el Valle dos personas que puedan cubrir toda la parroquia, sumando un total de 6 personas que realizaran las ventas de estos planes pre-necesidad en toda la ciudad.

Gráfico 23: ¿Para información de este tipo de servicios cómo usted prefiere obtenerla?



FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Estas personas no serán contratadas todas desde el inicio debido los costo que implican el ingreso de nuevo personal a una empresa pequeña, por lo que se procurará ser lo más efectivo posible encaminando a las cuatro primeras personas que se contratará desde al inicio del proyecto a llegar a los lugares de las parroquias donde se encuentran concentradas la mayor cantidad de personas por ejemplo: donde se encuentren ubicadas empresas o instituciones privadas o públicas que alberguen un gran número de trabajadores , que son quienes al percibir un sueldo fijo tienen mayor posibilidad de adquirir un plan de este tipo para ellos o alguien de su familia.

De acuerdo con el análisis financiero para el tercer mes en un escenario medio la empresa a través de la venta de sus planes exequiales tendría el dinero suficiente para cubrir los salarios y beneficios de ley de las cuatro personas, y a partir del tercer y cuarto año se procederá a contratar las dos personas restantes que

ayudarán a los vendedores de las parroquias con mayor número de habitantes, de acuerdo a las necesidades de la empresa todas ellas tendrán un cronograma establecido que comenzará en la parte más cercana al centro de la ciudad de su parroquia hacia la más lejana, cubriendo de esta manera la ciudad entera.

Cada vendedor tendrá como remuneración un salario básico más todos los beneficios de ley como son aporte mensual al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, aporte a los fondos de reserva luego de transcurrido el año de trabajo, pago de decimo tercero y decimo cuarto sueldo, 15 días de vacaciones pagadas al año, y el pago por comisiones de planes vendidos a partir de que las cuotas mensuales de sus clientes superen el salario básico las cuales serán del 4% sobre el valor total de la cuotas del mes. Al personal de la empresa se lo contratará como pide la ley con un contrato inicial de tres meses y luego con hasta dos renovaciones de un año hasta que se decida mantenerlo como trabajador de planta de El Retorno, pudiendo ascender de puesto de acuerdo a las necesidades de la empresa y antigüedad del empleado, así mismo, el personal que no cumpla con las metas propuestas desde un inicio se le agradecerá por sus servicios y se lo despedirá de acuerdo a como lo manda la ley vigente

El personal de ventas tendrá como metas un número de planes vendidos por tiempo determinado es decir : los primeros seis meses deberán vender al menos 3 planes por mes; a partir del segundo semestre del año por lo menos 5 planes por mes, el segundo año debido a la experiencia que adquiera venderá los 7 planes de los que se hace referencia de acuerdo a los datos obtenidos de la competencia y así se mantendrá mensualmente por los años restantes pudiendo aumentar lo cual sería un beneficio tanto para el vendedor que comisiona como para la empresa , pero creemos que la

forma más adecuada para obtener mayores ventas es ir aumentando el personal conforme pasa el tiempo para de esta manera cubrir un mayor número de posibles clientes..

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal de Ventas	4	4	5	6	6
Venta de planes anuales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
vendedor 1	48	84	84	84	84
vendedor 2	48	84	84	84	84
vendedor 3	48	84	84	84	84
vendedor 4	48	84	84	84	84
vendedor 5			48	84	84
vendedor 6				48	84
TOTAL VENTAS	192	336	384	468	504
total ventas cremación 40%	77	134	168	202	202
total ventas inhumación 60%	115	202	252	302	302

5.3 FUNCIONES

Las funciones del nuevo personal principalmente serán las de venta de los planes pre-necesidad que ofrece la empresa de acuerdo a la conveniencia de cada cliente, tenemos al momento dos planes los mismos que pueden modificarse de acuerdo a las necesidades de cada individuo debiendo pagar en todos los casos un 10% de interés por cada año, este total será dividido en cuotas mensuales con un máximo de hasta 3 años o 36 meses, la cuota inicial será el primer pago. El personal aparte de los planes que se ofrecen también podrá dar a conocer y vender otros servicios que ofrece la empresa como son venta de nichos para las cenizas, cremaciones de restos, etc. e igual comisionar por estos valores. Lo que producirá no solo beneficios para el nuevo proyecto sino también para las empresas ya existentes.

5.4 EXPERIENCIA PREVIA DE LOS MIEMBROS DEL EQUIPO GERENCIAL

Es muy importante que en una empresa quienes son parte de la gerencia de la misma tengan conocimiento de cómo se maneja el tipo de negocio que va a encabezar para poder guiar al resto del personal.

La mayor parte de las personas que van a trabajar brindando los servicios de velación y cremación, somos personas que tenemos conocimiento del tema ya que hemos venido trabajando en la empresa primero brindando solo el servicio de cremación hace ya 10 años y hace un año el servicio de velación y venta de cofres, por lo que nos encontramos familiarizados ya con el tema funerario, lo cuál nos brinda un respaldo a la hora de ofrecer el nuevo servicio de venta de planes exequiales pre-necesidad, siendo nuestra experiencia de gran ayuda inclusive para conocer el servicio que las personas nos han comentado que necesitan como plan pre-pago y cuales han sido las deficiencias que han encontrado en la ejecución de estos mismos planes en otras empresas funerarias.

5.5 MATERIAL DE TRABAJO Y VESTIMENTA

A cada vendedor se le entregará folletería como la que se presenta a continuación en donde especificará el nombre de los planes y lo que incluye cada uno, pudiendo ser modificados de acuerdo a las necesidades del cliente; además, se le hará la entrega de una calculadora, esferos , carpeta de precios y una agenda los mismos que le servirán para que entregue información eficientemente. En cuanto al uniforme las personas como se van a encontrarse con un trabajo que es mas de campo es decir es un trabajo de puerta a puerta podrán escoger la vestimenta que utilizarán y la empresa les hará la entrega de un

imperdible con el nombre de la empresa lo cual abalizará el pertenecer a la misma.

Ilustración 9: material de trabajo

El Retorno
FUNERARIA

Su plan, sus cuotas!

Plan Oro

Cobertura

- Trámites legales para inhumación
- Traslado autocarroza a la sala de velación, iglesia y cementerio (perímetro urbano).
- Proveer al cliente o beneficiario de un cofre de madera tipo español,
- Utilización de Sala de Velación durante las 24 horas.
- Servicio de cafetería.
- Atención personalizada durante la velación.
- Cuatro arreglos florales naturales laterales.
- Servicio religioso de cuerpo presente con acompañamiento musical en la sala de velaciones.
- Entrega de un recuerdo para los deudos.
- Espacio individual en el cementerio por 5 años.

Beneficios Adicionales

- Publicación de parte mortuario en radio y televisión local.
- Publicación de parte mortuario en la prensa local.
- Música ambiental.
- Acompañamiento musical durante el servicio religioso.
- Servicio telefónico
- Habitación de descanso.

Plan Diamante

- Trámites legales para cremación
- Traslado autocarroza a la sala de velación, iglesia y cementerio (perímetro urbano).
- Proveer al cliente o beneficiario de un cofre de madera especial para cremación.
- Utilización de Sala de Velación durante las 24 horas.
- Servicio de cafetería.
- Atención personalizada durante la velación.
- Cuatro arreglos florales naturales laterales.
- Servicio religioso de cuerpo presente con acompañamiento musical en la sala de velaciones.
- Entrega de un recuerdo para los deudos.
- Proveer al cliente o beneficiario de un Cenzario.

Beneficios Adicionales

- Publicación de parte mortuario en radio y televisión local.
- Publicación de parte mortuario en la prensa local.
- Música ambiental.
- Acompañamiento musical durante el servicio religioso.
- Servicio telefónico
- Habitación de descanso.

Dirección: Av. Manuel Agustín Aguirre y Pío Jaramillo Alvarado (parque lineal La Tebaida) Telf: 2548302/ 098474562

CAPÍTULO VI

6 OPERACIONES

6.1 RIESGOS INTERNOS

- Que falle el sistema donde se encuentran quienes han cancelado el servicio pre necesidad.
- Que lleguen dos velaciones para el mismo día (siendo una de ellas o las dos por pago pre necesidad).

6.2 RIESGOS EXTERNOS

- Comunicación con el cliente no sea la adecuada y piensen que cualquier tipo de servicio adicional o que se encuentra fuera del plan debe entregárselo sin ningún recargo adicional.
- Que uno de los familiares desee la velación en otro centro y genere un problema con ello cuando el fallecido haya tenido comprado el plan anticipadamente.

6.3 PLANES DE CONTINGENCIA

- Adicional a tener el listado de personas que cuentan con un plan pre-pagado en el sistema de computadoras de El Retorno mantendríamos una lista actualizada impresa por si surgiera algún inconveniente de luz o del sistema.

- Si llegasen dos velaciones al mismo tiempo y la segunda tuviera comprado un plan pre- pagado, tendría como opciones ir a velarse en la capilla del servicio de cremación El Retorno, la cual tiene una capacidad para ochenta personas y se encuentra ubicada en el cementerio general, o ya que tenemos convenio con otras funerarias y camposanto podemos utilizar una de las salas de velación de las mismas.
- Para evitar confusiones en lo que se refiere a los planes pre-pago que se han vendido, al momento de la venta se firmará un contrato claro donde indique lo que cubre el plan y que esos serían los términos del acuerdo y la decisión de la persona que ha adquirido el plan.

CAPÍTULO VII

7 ESTUDIO FINANCIERO

7.1 SUPUESTOS PARA LA PROYECCIÓN

Para la proyección del balance de pérdidas y ganancias se tomó en cuenta el balance del año 2009, incrementando el respectivo porcentaje por cada año por la inflación que se da en el país y al alza salarial de aproximadamente un 10% que todos los años estamos afrontando las empresas que tenemos personal a nuestro cargo debido a políticas del actual gobierno, todo esto debido a que el proyecto de la venta de planes exequiales para la funeraria El Retorno vendría a ser una extensión de la empresa ya existente, por lo cual los ingresos por este propósito solo aumentarían o disminuirían los ingresos de la empresa quien será la que afronte económicamente este nuevo .proyecto que tiene como fin principal el incrementar o asegurar futuras ventas.

VENTAS Y COSTOS

Para el presente proyecto tomamos las ventas y costos del año 2009 y datos de la misma empresa de la revisiones para los próximos años en donde realizamos incrementos equitativos tanto en ingresos como egresos debido a que estos van de la mano por que si hubieran mas velaciones o ventas de cofres existirían así mismo costos mayores para cubrir estas necesidades, por lo que aumentamos un 10% en el primer año que por experiencia propia de la empresa es lo que estamos viviendo debido a que como recién en el 2009 se abrió las puertas de funeraria El Retorno y todavía se estaba dando a conocer, en este año 2010 estamos aumentando nuestro balance un 10%

aproximadamente y desde ahí para los siguientes años utilizamos un incremento del 5% por cada año, esto en un escenario conservador debido al acrecentamiento de cada año del mercado y la toma de participación que hoy tienen otras funerarias.

Los únicos valores que no se alterarían en estas proyecciones son las depreciaciones que se mantienen de acuerdo a las reglas de depreciación y los arrendamientos que son por un valor fijo de 300,00 dólares debido al convenio que se tiene con el Ilustre Municipio de Loja.

INGRESOS POR VENTA DE PLANES PRE PAGO

En lo que se refiere a la cobranza se lo va a manejar como ya explicamos antes, y los ingresos por estos planes se los va a depositar en una cuenta de ahorro en el mismo banco de Loja con el que trabajamos (esta cuenta la vamos a encontrar como un pasivo en el balance general), ya que ese dinero no lo podemos utilizar hasta que la persona no requiera del servicio que es cuando se transformaría en ingreso de la empresa, por lo que lo pondremos en una cuenta a plazo fijo con montos de acuerdo a las políticas de la empresa para 1 año o seis meses, intereses que si se los tomará en cuenta como ingresos anuales.

Las tarifas que ofrece el banco para plazo fijo son las siguientes:

Cuadro 18: Tasa inversiones plazo fijo

INVERSIONES A PLAZO FIJO	
BANCO DE LOJA	
PLAZO	PORCENTAJE ANUAL
30 días	3%
61 días	3,50%
91 días	4,25%
121 días	4,75%
181 días	5,25%
360 días	6%

FUENTE: BANCO DE LOJA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Y como ya se explicó anteriormente la preferencia de estos planes es:

Cuadro 19: Preferencia de planes en la ciudad de Loja

Total planes	100%
Plan cremación	40%
Plan inhumación	60%

FUENTE: SECTOR FUNERARIO

ELABORACIÓN: EL AUTOR

PROBABILIDAD DE MUERTE

En estos flujos no se está utilizando la probabilidad de muerte de los posibles clientes de los planes debido a que según la investigación realizada en el INEC y la competencia el porcentaje de muertes por planes vendidos tiende a que muestre como posibles muertes en la

mayoría de los casos a uno o dos muertos por año, posibilidad que no afecta en lo absoluto de suceder a nuestro flujo debido a que la cantidad que se deja de ganar por intereses de esas personas es irrisoria e insignificante comparada al ingreso bruto que generaría en la empresa el dinero de ese cliente, mejorando las utilidades de ese mes o año.

Cuadro 19: Preferencia de planes en la ciudad de Loja

	HABITANTES	MUERTES POR AÑO	PORCENTAJE	MUERTES	6% PLAZO FIJO	INGRESO
	135645	720	0,005307973	TIENDE	1120	BRUTO
	PLANES VENDIDOS					
	50		0,265398651	~1	67,2	1120
AÑO 1	192		1,019130819	~1	67,2	1120
AÑO 2	336		1,783478934	~2	134,4	2240
AÑO 3	384		2,038261639	~2	134,4	2240
AÑO 4	468		2,484131372	~2	134,4	2240
AÑO 5	504		2,675218401	~3	201,6	3360
				10	672,0	11200

FUENTE: SECTOR FUNERARIO

ELABORACIÓN: EL AUTOR

7.2 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECCIÓN 5 AÑOS

Cuadro 20

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR ALQUILER SALA DE VELACIÓN	26.950,00	29.645,00	31.127,25	32.683,61	34.317,79	36.033,68
INGRESOS POR DIA ADICIONAL	4.200,00	4.620,00	4.851,00	5.093,55	5.348,23	5.615,64
INGRESOS VENTA COFRE METALICO	3.420,00	3.762,00	3.950,10	4.147,61	4.354,99	4.572,73
INGRESOS POR VENTA COFRE LINEAL	5.280,00	5.808,00	6.098,40	6.403,32	6.723,49	7.059,66
INGRESOS POR COFRE MADERA	14.880,00	16.368,00	17.186,40	18.045,72	18.948,01	19.895,41
INGRESOS 10%		3.674,40	14.899,20	29.181,00	42.594,60	50.880,00
INGRESOS INTERÉS		220,50	3.721,68	14.470,25	33.891,53	60.668,28
TOTAL INGRESOS	54.730,00	64.097,90	81.834,03	110.025,05	146.178,62	184.725,40
COSTO VENTAS						
COSTO COFRES	11.790,00	12.969,00	13.617,45	14.298,32	15.013,24	15.763,90
UTILIDAD BRUTA	42.940,00	51.128,90	68.216,58	95.726,73	131.165,38	168.961,50
GASTOS OPERACIONALES						
SUELDOS	9.972,00	20.400,00	22.440,00	28.168,80	34.818,96	38.300,86
COMISIONES		1.421,76	5.959,68	11.660,40	17.025,84	20.352,00
IESS	1.081,92	2.953,44	4.304,64	5.403,72	6.679,56	7.347,36
BENEFICIOS SOCIALES	1.470,96	2.339,88	2.509,92	2.987,28	3.541,44	3.831,96
AGUA LUZ TELEFONO	1.440,00	1.584,00	1.663,20	1.746,36	1.833,68	1.925,36
SERVICIOS SALA DE VELACIONES	12.320,00	13.552,00	14.229,60	14.941,08	15.688,13	16.472,54
PUBLICIDAD	2.400,00	2.640,00	2.772,00	2.910,60	2.910,60	2.910,60
ESCRITORIO Y PAPELERIA	300,00	330,00	346,50	363,83	382,02	401,12
ARRENDAMIENTO SALA VELACIÓN	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
DEPRECIACIONES	1.735,33	1.935,33	1.935,33	1.162,00	1.162,00	1.162,00
UTILIDAD OPERACIONAL	8.619,79	372,49	8.455,71	22.782,67	43.523,16	72.657,71
15% UTILIDAD EMPLEADOS	1.292,97	55,87	1.268,36	3.417,40	6.528,47	10.898,66
IMPTO.RENTA	1.831,70	79,15	1.796,84	4.841,32	9.248,67	15.439,76
SUMAN PROVISIONES	3.124,67	135,03	3.065,19	8.258,72	15.777,14	26.338,42
UTILIDAD NETA	5.495,11	237,46	5.390,51	14.523,95	27.746,01	46.319,29

FUENTE: EL RETORNO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

7.3 BALANCE GENERAL PROYECCIÓN 5 AÑOS

Cuadro 21

BALANCE GENERAL					
EL RETORNO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
CORRIENTE					
Caja	150,00	1.500,00	5.000,00	15.500,00	35.000,00
Bancos	33.069,60	134.092,80	262.629,00	383.351,40	457.920,00
Retenc. Fuente Anticipado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inv. COFRES MADERA	2.400,00	2.520,00	2.772,00	3.049,20	3.354,12
Inv. COFRES METAL LINEAL	1.100,00	1.155,00	1.270,50	1.397,55	1.537,31
Inv. COFRES METAL HERRAJES	950,00	997,50	1.097,25	1.206,98	1.327,67
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	37.669,60	140.265,30	272.768,75	404.505,13	499.139,10
NO CORRIENTE					
Muebles y Enseres	11.490,00	11.490,00	11.490,00	11.490,00	11.490,00
Dep. Acum. Muebles y Enseres	-1.149,00	-1.149,00	-1.149,00	-1.149,00	-1.149,00
Equipo de computación	2.320,00	2.320,00	0,00	0,00	0,00
Dep. Acum. Equipo de computación	-773,33	-773,33	0,00	0,00	0,00
Equipo de oficina	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
Dep. Acum. Equipo de oficina	-13,00	-13,00	-13,00	-13,00	-13,00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	12.004,67	12.004,67	10.458,00	10.458,00	10.458,00
TOTAL ACTIVO	49.674,27	152.269,97	283.226,75	414.963,13	509.597,10
PASIVO					
CORRIENTE					
IESS por Pagar	246,12	358,72	450,31	556,63	612,28
PREPAGOS PLANES EXEQUIALES	33.069,60	134.092,80	262.629,00	383.351,40	457.920,00
TOTAL PASIVO CORRIENTE	33.315,72	134.451,52	263.079,31	383.908,03	458.532,28
TOTAL PASIVO	33.315,72	134.451,52	263.079,31	383.908,03	458.532,28
PATRIMONIO					
Capital	16.121,09	12.427,93	5.623,49	3.309,08	4.745,53
Aporte de Socios Futura Capitalización					
Utilidad del Ejercicio	237,46	5.390,51	14.523,95	27.746,01	46.319,29
TOTAL PATRIMONIO	16.358,55	17.818,44	20.147,44	31.055,09	51.064,82
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	49.674,27	152.269,96	283.226,75	414.963,12	509.597,10

FUENTE: EL RETORNO

ELABORACIÓN: EL AUTOR

7.4 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECCIÓN 5 AÑOS

Se realizó el análisis del punto de equilibrio sobre las ingresos y se calculó cuanto es lo mínimo que debe ingresar a la empresa cada año para que la misma ni pierda ni gane, es decir que sus ingresos cubran sus egresos. Siendo estos datos inferiores a los que se planea que ingresen según el análisis del flujo proyectado.

Cuadro 22

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PE= $CF/(1-(CV/INGRESOS))$	63617,57	70719,37	80207,36	90438,48	94410,02

FUENTE: EL RETORNO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

7.5 FLUJO DE CAJA PROYECCIÓN 5 AÑOS

En este flujo no consta pago de impuestos debido a que los servicios exequiales están exentos de impuestos como el IVA.

Cuadro 23

FLUJO DE CAJA PROYECTADO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIONES	14.940,00					
INGRESOS						
VENTAS		64.097,90	81.834,03	110.025,05	146.178,62	184.725,40
A.- TOTAL INGRESOS		64.097,90	81.834,03	110.025,05	146.178,62	184.725,40
EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a Proveedores		12.969,00	13.617,45	14.298,32	15.013,24	15.763,90
Sueldos		20.400,00	22.440,00	28.168,80	34.818,96	38.300,86
Comisiones		1.421,76	5.959,68	11.660,40	17.025,84	20.352,00
IESS		2.953,44	4.304,64	5.403,72	6.679,56	7.347,36
Beneficios Sociales		2.339,88	2.509,92	2.987,28	3.541,44	3.831,96
Gastos de Agua Luz y Telefono		1.584,00	1.663,20	1.746,36	1.833,68	1.925,36

Servicios sala de velación		13.552,00	14.229,60	14.941,08	15.688,13	16.472,54
Publicidad		2.640,00	2.772,00	2.910,60	2.910,60	2.910,60
Escritorio y Papelería		330,00	346,50	363,83	382,02	401,12
Arrendamiento Sala de velación		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Participación de Utilidades (15%)		55,87	1.268,36	3.417,40	6.528,47	10.898,66
Pago de Impuestos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos indirectos (depreciaciones)		1.935,33	1.935,33	1.162,00	1.162,00	1.162,00
Pago Impuesto renta		79,15	1.796,84	4.841,32	9.248,67	15.439,76
B.- TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		63.860,44	76.443,52	95.501,10	118.432,61	138.406,11
C.- FLUJO OPERACIONAL (A - B)		237,46	5.390,51	14.523,95	27.746,01	46.319,29
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Prestamos a contratarse a Corto Plazo						
Prestamos a contratarse a Largo Plazo						
Prestamos de Accionistas						
Aportes de Capital						
Otros Ingresos No Especificados						
D.- TOTAL DE INGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de Prestamos Bancarios Corto Plazo						
Pago de Prestamos Bancarios Largo Plazo						
Pago de Intereses						
Pago de Prestamos de Accionistas						
Reparto de Dividendos a Socios o Accionistas						
Otros Egresos no Especificados						
E.- TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F.- FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
G.- FLUJO NETO GENERADO (C + F)	-14.940,00	237,46	5.390,51	14.523,95	27.746,01	46.319,29
VALORES PRESENTES	-14.940,00	207,65	4.121,93	9.711,60	16.223,40	23.683,10

FUENTE: EL RETORNO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

7.6 TASA INTERNA DE RETORNO Y VALOR ACTUAL NETO

- **TASA INTERNA DE RETORNO**

A la tasa interna de retorno (TIR) se la define como la tasa de descuento, por otra parte se la conoce como la tasa por la cual se expresa el lucro o beneficio neto, que proporciona una determinada inversión en función de un porcentaje anual, que permite igualar el valor actual de los beneficios y costos y/o en consecuencia el resultado del valor neto actual es igual a 0.

Además se utiliza para evaluar un proyecto en función de una tasa única de regimiento anual, en donde la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

Se debe tomar en cuenta los siguientes criterios:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital (tasa de interés del mercado o tasa a pagar) debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital, es indiferente llevar a cabo el proyecto o la inversión queda a criterio del inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Para el presente proyecto de inversión la TIR es de 59%. Es decir mayor que el costo de capital, que es de 14 %, y que la tasa pasiva del banco que es de apenas el 6% por lo tanto el proyecto es aceptable.

Cuadro 24

VALORES PRESENTES	-14.940,00	207,65	4.121,93	9.711,60	16.223,40	23.683,10
TIR	59%					

FUENTE: EL RETORNO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

- **VALOR ACTUAL NETO**

El valor actual neto VAN, representa el total de los recursos que quedan en el proyecto al finalizar su vida útil. Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará.

Este coeficiente de evaluación (VAN) como criterio para la toma de decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto toma como referencia lo siguiente:

- Si el VAN es positivo, significa que se acepta el proyecto
- Si el VAN es negativo, significa que no se acepta el proyecto.
- Si el VAN es igual a 0, significa que el proyecto es indiferente.

El VAN obtenido para el presente proyecto es de \$ 39007,68 lo que significa que el proyecto si es aceptable. Para el mismo se utilizó el beta promedio del sector el cual es de 1,41.

Cuadro 25

VAN	\$ 39.007,68
------------	---------------------

TASA DE DESCUENTO	0,14		
COSTO CAPITAL	0,14	TASA LIBRE	
COSTO EFECTIVO DEUDA	0	RIESGO (rf)	0,0625
% CAPITAL	1,0000	PRIMA MERCADO	
% DEUDA	0,0000	(rm - rf)	0,0575
TASA EFECTIVA DE IMPUESTO	0,375	BETA	
TIEMPO RETORNO INVERSION	1	PURO	1,41
		BETA	
		APALANCADO	1,41

Industry Name	Number of Firms	Average Beta	Market D/E Ratio	Tax Rate	Unlevered Beta	Cash/Firm Value	Unlevered Beta corrected for cash
Funeral Services	6	1,41	67,25%	33,26%	0,97	4,84%	1,02

FUENTE: EL RETORNO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

CAPÍTULO VIII

8 ANALISIS FINANCIERO

8.1 REQUERIMIENTOS DEL CAPITAL

El capital que se planea usar en este nuevo proyecto como inversión es de \$3000 dólares, el mismo que será usado para promocionar el nuevo servicio de la empresa como se lo dijo anteriormente con publicidad en vallas, tv y radio. Esta inversión se resolvió financiarla con capital propio, que ha sido parte de la utilidad obtenida en el año 2009 de la funeraria El Retorno.

La decisión de este tipo de financiamiento es debido a la inestabilidad que actualmente proporciona el gobierno a los negocios en general al cambiar normativas y reglas según le convenga al mismo, sin importar como afecte a las empresas, y principalmente a que es un monto pequeño el cual la empresa maneja producto de la utilidad misma del negocio.

En cuanto al capital de trabajo, los sueldos y demás beneficios sociales corren por la cuenta de la misma empresa al ver como indispensable el crear este nuevo servicio para seguir a la vanguardia del negocio, y a que esta inversión promete ventas aseguradas a futuro.

8.2 RAZONES FINANCIERAS BASADAS EN LAS PROYECCIONES ANUALES

Cuadro 26

RAZONES FINANCIERAS				
LIQUIDEZ	AC/PC	1,08855825	1	El activo corriente puede cubrir al pasivo corriente
LIQUIDEZ ÁCIDA	AC-I/PC	1,0749952	1	Esta razón no toma en cuenta los inventarios, y quiere decir que por cada dólar que se debe hay otro para cubrirlo
CAPITAL DE TRABAJO ENDEUDAMIENTO	AC-PC	40.606,82	40607	El proyecto demuestra solvencia para cumplir oportunamente con el pago de obligaciones y mantener recursos líquidos durante el ciclo del negocio
APALANCAMIENTO	PT/AT	0,89979374	89%	El proyecto no tiene deudas
ROTACION INVENTARIOS	PT/CC	96,6240399	9662%	El proyecto esta financiado con capital propio, teniendo como única obligación los impuestos.
	I/CV*360	142,03	142 días	El nivel de inventarios es de 142 días, las utilidades se generan con el movimiento y la rotación. Para este tipo de empresa la rotación es buena, debido a que los proveedores que envian los cofres desde otras ciudades solo lo hacen con ciertas cantidades.
RENTABILIDAD/VENTAS	UN/ingresos*100	0,25074672	25%	Por cada venta realizada se tiene una rentabilidad del 25%
ROA	UN/AT*100	0,09089394	9%	El rendimiento de los activos es de 9%
ROI	UAII/AT*100	0,14257873	14%	El retorno sobre la inversión incurrida es de 14%
ROE	UN/PATRIMONIO	0,9070685	90%	El poder de obtención de utilidades de la inversión es de 90%.

FUENTE: EL RETORNO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Cuadro 27

RAZONES FINANCIERAS SIN CUENTA E PLANES				
LIQUIDEZ	AC/PC	67,3206662	67	El activo corriente puede cubrir 67 veces al pasivo corriente.
LIQUIDEZ ÁCIDA	AC-I/PC	57,1633893	57	Esta razón no toma en cuenta los inventarios, y quiere decir que por cada dólar que se debe hay 57 para cubrirlo, por lo que se ve que el colchón de liquidez es alto
CAPITAL DE TRABAJO ENDEUDAMIENTO	AC-PC	40.606,82	40607	El proyecto demuestra solvencia para cumplir oportunamente con el pago de obligaciones y mantener recursos líquidos durante el ciclo del negocio
APALANCAMIENTO	PT/AT	0,01184819	1%	El proyecto no tiene deudas
ROTACION INVENTARIOS	PT/CC	0,12902247	13%	El proyecto está financiado con capital propio, teniendo como única obligación los impuestos.
	I/CV*360	142,03	142 días	El nivel de inventarios es de 142 días, las utilidades se generan con el movimiento y la rotación. Para este tipo de empresa la rotación es buena, debido a que los proveedores que envían los cofres desde otras ciudades solo lo hacen con ciertas cantidades.
RENTABILIDAD/VENTAS	UN/ingresos*100	0,25074672	25%	Por cada venta realizada se tiene una rentabilidad del 25%
ROA	UN/AT*100	0,89632139	90%	El rendimiento de los activos es de 90%
ROI	UAII/AT*100	1,40599434	141%	El retorno sobre la inversión incurrida es de 141%
ROE	UN/PATRIMONIO	0,9070685	90%	El poder de obtención de utilidades de la inversión es de 90%.

FUENTE: EL RETORNO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

NOTA 1: Las razones financieras se obtuvieron a partir de los valores del balance del quinto año por que se cree que para este año el nuevo servicio muestra resultados que se estabilizarán.

NOTA 2: Realicé dos análisis de razones financieras para que se diferencie como influye la cuenta por planes exequiales en los resultados.

8.3 EVALUACIÓN: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Los resultados que proyecta el negocio generan un flujo positivo con un valor actual neto de \$ 39007,68 con una tasa de descuento del 14%. Esta tasa es relativamente normal si se tiene presente que la expectativa de cobro de intereses que cualquier persona puede obtener si pone su dinero en el banco a un plazo fijo no es mas de 6%. Por lo que la tasa interna del proyecto también es aceptable al ser de 59%, mucho mayor a la del banco.

En cuanto a la inversión, se ha previsto el monto de \$3000 de capital propio, sumándolo en nuestro caso mas la inversión realizada un año antes en la sala de velaciones ya que se tomo estos balances como base al ser solo un servicio adicional el que se pretende brindar llegando a los \$14949, mostrando que el flujo de caja genera recursos suficientes para devolverlos en caso de creerlo necesario.

En relación con la evaluación del análisis de sensibilidad tenemos que:

- En el caso de utilizar un riesgo mayor debido a la inestabilidad del país El TIR se mantiene como en el flujo inicial debido a que no cambian los valores del mismo pero el VAN disminuye debido a el mayor riesgo(utilizamos la diferencia de la tasa Euribor menos el riesgo total país actual)llegando a \$3387.01.
- Las ventas podrían llegar a caer hasta un 15% sin generar un flujo negativo. Y a pesar de lo antes mencionado las ventas pueden llegar a caer hasta un 52% y el proyecto seguiría siendo una buena alternativa debido a que el VAN yTIR (mayor que la tasa del banco) siguen siendo positivos lo que confirma que el verdadero negocio es la venta de cofre y alquiler de sala de velación, mas no los planes exequiales que vendrían siendo un complemento del negocio.

- En lo que se refiere a los costos el presente proyecto es sensible de aumentar los mismos hasta un 40% para mantener una tasa de retorno mayor a la del banco y un VAN positivo. Y de tan solo aumentar un 1% en los costos para mantener un flujo positivo desde el primer año, esto debido a que aquí los ingresos por intereses y el 10% de financiamiento de los planes aun no es muy grande y el egreso por sueldos y demás provocan un flujo ni positivo ni negativo para el primer año.

Cuadro 28

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD RIESGO MAYOR						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIONES	14.940,00					
INGRESOS						
VENTAS		64.097,90	81.834,03	110.025,05	146.178,62	184.725,40
A.- TOTAL INGRESOS		64.097,90	81.834,03	110.025,05	146.178,62	184.725,40
EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a Proveedores		12.969,00	13.617,45	14.298,32	15.013,24	15.763,90
Sueldos		20.400,00	22.440,00	28.168,80	34.818,96	38.300,86
Comisiones		1.421,76	5.959,68	11.660,40	17.025,84	20.352,00
IESS		2.953,44	4.304,64	5.403,72	6.679,56	7.347,36
Beneficios Sociales		2.339,88	2.509,92	2.987,28	3.541,44	3.831,96
Gastos de Agua Luz y Telefono		1.584,00	1.663,20	1.746,36	1.833,68	1.925,36
Servicios sala de velacion		13.552,00	14.229,60	14.941,08	15.688,13	16.472,54
Publicidad		2.640,00	2.772,00	2.910,60	2.910,60	2.910,60
Escritorio y Papeleria		330,00	346,50	363,83	382,02	401,12
Arrendamiento Sala de velacion		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Participacion de Utilidades (15%)		55,87	1.268,36	3.417,40	6.528,47	10.898,66
Pago de Impuestos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos indirectos (depreciaciones)		1.935,33	1.935,33	1.162,00	1.162,00	1.162,00
Pago Impuesto renta		79,15	1.796,84	4.841,32	9.248,67	15.439,76
B.- TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		63.860,44	76.443,52	95.501,10	118.432,61	138.406,11
C.- FLUJO OPERACIONAL (A - B)		237,46	5.390,51	14.523,95	27.746,01	46.319,29
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Prestamos a contratarse a Corto Plazo						
Prestamos a contratarse a Largo Plazo						
Prestamos de Accionistas						
Aportes de Capital						
Otros Ingresos No Especificados						
D.- TOTAL DE INGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de Prestamos Bancarios Corto Plazo						
Pago de Prestamos Bancarios Largo Plazo						
Pago de Intereses						
Pago de Prestamos de Accionistas						
Reparto de Dividendos a Socios o Accionistas						
Otros Egresos no Especificados						
E.- TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F.- FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
G.- FLUJO NETO GENERADO (C + F)	-14.940,00	237,46	5.390,51	14.523,95	27.746,01	46.319,29
VALORES PRESENTES	-14.940,00	158,06	2.388,21	4.283,02	5.446,12	6.051,60
TIR	59%					
VAN	\$ 3.387,01					

TASA DE DESCUENTO	0,50	TASA LIBRE RIESGO (rf)	0,0625
COSTO CAPITAL	0,50	PRIMA MERCADO (rm - rf)	0,0575
COSTO EFECTIVO DEUDA	0	BETA PURO	7,65
% CAPITAL	1,0000	BETA APALANCADO	7,65
% DEUDA	0,0000		
TASA EFECTIVA DE IMPUESTO	0,375		
TIEMPO RETORNO INVERSION	1		

FUENTE: EL RETORNO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Cuadro 29

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DISMINUCIÓN VENTAS 15%						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIONES	14.940,00					
INGRESOS						
VENTAS		63.513,67	79.040,90	103.477,37	134.705,70	167.993,16
A.- TOTAL INGRESOS		63.513,67	79.040,90	103.477,37	134.705,70	167.993,16
EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a Proveedores		12.969,00	13.617,45	14.298,32	15.013,24	15.763,90
Sueldos		20.400,00	22.440,00	28.168,80	34.818,96	38.300,86
Comisiones		1.208,50	5.065,73	9.911,34	14.471,96	17.299,20
IESS		2.953,44	4.304,64	5.403,72	6.679,56	7.347,36
Beneficios Sociales		2.339,88	2.509,92	2.987,28	3.541,44	3.831,96
Gastos de Agua Luz y Telefono		1.584,00	1.663,20	1.746,36	1.833,68	1.925,36
Servicios sala de velacion		13.552,00	14.229,60	14.941,08	15.688,13	16.472,54
Publicidad		2.640,00	2.772,00	2.910,60	2.910,60	2.910,60
Escritorio y Papeleria		330,00	346,50	363,83	382,02	401,12
Arrendamiento Sala de velacion		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Participacion de Utilidades (15%)		0,23	983,48	2.697,61	5.190,62	8.846,74
Pago de Impuestos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos indirectos (depreciaciones)		1.935,33	1.935,33	1.162,00	1.162,00	1.162,00
Pago Impuesto renta		0,32	1.393,26	3.821,61	7.353,37	12.532,88
B.- TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		63.512,70	74.861,11	92.012,54	112.645,58	130.394,52
C.- FLUJO OPERACIONAL (A - B)		0,97	4.179,79	11.464,82	22.060,12	37.598,64
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Prestamos a contratarse a Corto Plazo						
Prestamos a contratarse a Largo Plazo						
Prestamos de Accionistas						
Aportes de Capital						
Otros Ingresos No Especificados						
D.- TOTAL DE INGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de Prestamos Bancarios Corto Plazo						
Pago de Prestamos Bancarios Largo Plazo						
Pago de Intereses						
Pago de Prestamos de Accionistas						
Reparto de Dividendos a Socios o Accionistas						
Otros Egresos no Especificados						
E.- TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F.- FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
G.- FLUJO NETO GENERADO (C + F)	-14.940,00	0,97	4.179,79	11.464,82	22.060,12	37.598,64
VALORES PRESENTES	-14.940,00	0,64	1.851,81	3.380,90	4.330,07	4.912,25
TIR	49%					
VAN	28.046,09					

TASA DE DESCUENTO	0,14	TASA LIBRE RIESGO (rf)	0,0625
COSTO CAPITAL	0,14	PRIMA MERCADO (rm - rf)	0,0575
COSTO EFECTIVO DEUDA	0	BETA PURO	1,41
% CAPITAL	1,0000	BETA APALANCADO	1,41
% DEUDA	0,0000		
TASA EFECTIVA DE IMPUESTO	0,375		
TIEMPO RETORNO INVERSION	1		

FUENTE: EL RETORNO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Cuadro 30

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DISMINUCIÓN VENTAS 52%						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIONES	14.940,00					
INGRESOS						
VENTAS		62.072,55	72.151,17	87.326,41	106.405,84	126.720,30
A.- TOTAL INGRESOS		62.072,55	72.151,17	87.326,41	106.405,84	126.720,30
EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a Proveedores		12.969,00	13.617,45	14.298,32	15.013,24	15.763,90
Sueldos		20.400,00	22.440,00	28.168,80	34.818,96	38.300,86
Comisiones		682,44	2.860,65	5.596,99	8.172,40	9.768,96
IESS		2.953,44	4.304,64	5.403,72	6.679,56	7.347,36
Beneficios Sociales		2.339,88	2.509,92	2.987,28	3.541,44	3.831,96
Gastos de Agua Luz y Telefono		1.584,00	1.663,20	1.746,36	1.833,68	1.925,36
Servicios sala de velacion		13.552,00	14.229,60	14.941,08	15.688,13	16.472,54
Publicidad		2.640,00	2.772,00	2.910,60	2.910,60	2.910,60
Escritorio y Papelería		330,00	346,50	363,83	382,02	401,12
Arrendamiento Sala de velacion		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Participacion de Utilidades (15%)		-137,03	280,78	922,11	1.890,57	3.785,35
Pago de Impuestos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos indirectos (depreciaciones)		1.935,33	1.935,33	1.162,00	1.162,00	1.162,00
Pago Impuesto renta		-194,13	397,78	1.306,33	2.678,31	5.362,57
B.- TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		62.654,94	70.957,85	83.407,42	98.370,91	110.632,58
C.- FLUJO OPERACIONAL (A - B)		-582,39	1.193,33	3.918,98	8.034,93	16.087,72
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Prestamos a contratarse a Corto Plazo						
Prestamos a contratarse a Largo Plazo						
Prestamos de Accionistas						
Aportes de Capital						
Otros Ingresos No Especificados						
D.- TOTAL DE INGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de Prestamos Bancarios Corto Plazo						
Pago de Prestamos Bancarios Largo Plazo						
Pago de Intereses						
Pago de Prestamos de Accionistas						
Reparto de Dividendos a Socios o Accionistas						
Otros Egresos no Especificados						
E.- TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F.- FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
G.- FLUJO NETO GENERADO (C + F)	14.940,00	-582,39	1.193,33	3.918,98	8.034,93	16.087,72
VALORES PRESENTES	14.940,00	-387,64	528,69	1.155,68	1.577,13	2.101,86
TIR	16%					
VAN	\$ 1.007,48					

TASA DE DESCUENTO	0,14	TASA LIBRE RIESGO (rf)	0,0625
COSTO CAPITAL	0,14	PRIMA MERCADO (rm - rf)	0,0575
COSTO EFECTIVO DEUDA	0	BETA PURO	1,41
% CAPITAL	1,0000	BETA APALANCADO	1,41
% DEUDA	0,0000		
TASA EFECTIVA DE IMPUESTO	0,375		
TIEMPO RETORNO INVERSION	1		

FUENTE: EL RETORNO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Cuadro 31

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD AUMENTO COSTOS +40%						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIONES	14.940,00					
INGRESOS						
VENTAS		64.097,90	81.834,03	110.025,05	146.178,62	184.725,40
A.- TOTAL INGRESOS		64.097,90	81.834,03	110.025,05	146.178,62	184.725,40
EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a Proveedores		18.156,60	19.064,43	20.017,65	21.018,53	22.069,46
Sueldos		20.400,00	22.440,00	28.168,80	34.818,96	38.300,86
Comisiones		1.421,76	5.959,68	11.660,40	17.025,84	20.352,00
IESS		2.953,44	4.304,64	5.403,72	6.679,56	7.347,36
Beneficios Sociales		2.339,88	2.509,92	2.987,28	3.541,44	3.831,96
Gastos de Agua Luz y Telefono		1.584,00	1.663,20	1.746,36	1.833,68	1.925,36
Servicios sala de velacion		18.972,80	19.921,44	20.917,51	21.963,39	23.061,56
Publicidad		2.640,00	2.772,00	2.910,60	2.910,60	2.910,60
Escritorio y Papeleria		330,00	346,50	363,83	382,02	401,12
Arrendamiento Sala de velacion		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Participacion de Utilidades (15%)		-1.535,39	-402,47	1.663,04	4.686,39	8.964,47
Pago de Impuestos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos indirectos (depreciaciones)		1.935,33	1.935,33	1.162,00	1.162,00	1.162,00
Pago Impuesto renta		-2.175,13	-570,16	2.355,97	6.639,05	12.699,67
B.- TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		70.623,29	83.544,51	102.957,15	126.261,46	146.626,41
C.- FLUJO OPERACIONAL (A - B)		-6.525,39	-1.710,48	7.067,90	19.917,16	38.099,00
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Prestamos a contratarse a Corto Plazo						
Prestamos a contratarse a Largo Plazo						
Prestamos de Accionistas						
Aportes de Capital						
Otros Ingresos No Especificados						
D.- TOTAL DE INGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EGRESOS NO OPERACIONALES						

Pago de Prestamos Bancarios Corto Plazo							
Pago de Prestamos Bancarios Largo Plazo							
Pago de Intereses							
Pago de Prestamos de Accionistas							
Reparto de Dividendos a Socios o Accionistas							
Otros Egresos no Especificados							
E.- TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
F.- FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
G.- FLUJO NETO GENERADO (C + F)	-	14.940,00	-6.525,39	-1.710,48	7.067,90	19.917,16	38.099,00
VALORES PRESENTES	-	14.940,00	-4.343,39	-757,81	2.084,28	3.909,44	4.977,62
TIR							29%
VAN							\$ 13.897,79

TASA DE DESCUENTO	0,14	TASA LIBRE RIESGO (rf)	0,0625
COSTO CAPITAL	0,14	PRIMA MERCADO (rm - rf)	0,0575
COSTO EFECTIVO DEUDA	0	BETA PURO	1,41
% CAPITAL	1,0000	BETA APALANCADO	1,41
% DEUDA	0,0000		
TASA EFECTIVA DE IMPUESTO	0,375		
TIEMPO RETORNO INVERSION	1		

FUENTE: EL RETORNO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Cuadro 32

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD AUMENTO COSTOS +1%						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIONES	14.940,00					
INGRESOS						
VENTAS		64.097,90	81.834,03	110.025,05	146.178,62	184.725,40
A.- TOTAL INGRESOS		64.097,90	81.834,03	110.025,05	146.178,62	184.725,40
EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a Proveedores		13.098,69	13.753,62	14.441,31	15.163,37	15.921,54
Sueldos		20.400,00	22.440,00	28.168,80	34.818,96	38.300,86
Comisiones		1.421,76	5.959,68	11.660,40	17.025,84	20.352,00
IESS		2.953,44	4.304,64	5.403,72	6.679,56	7.347,36
Beneficios Sociales		2.339,88	2.509,92	2.987,28	3.541,44	3.831,96
Gastos de Agua Luz y Telefono		1.584,00	1.663,20	1.746,36	1.833,68	1.925,36
Servicios sala de velacion		13.687,52	14.371,90	15.090,49	15.845,02	16.637,27
Publicidad		2.640,00	2.772,00	2.910,60	2.910,60	2.910,60
Escritorio y Papeleria		330,00	346,50	363,83	382,02	401,12
Arrendamiento Sala de velacion		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Participacion de Utilidades (15%)		16,09	1.226,59	3.373,54	6.482,42	10.850,30
Pago de Impuestos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos indirectos (depreciaciones)		1.935,33	1.935,33	1.162,00	1.162,00	1.162,00
Pago Impuesto renta		22,80	1.737,66	4.779,18	9.183,43	15.371,26
B.- TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		64.029,51	76.621,04	95.687,50	118.628,33	138.611,62
C.- FLUJO OPERACIONAL (A - B)		68,39	5.212,99	14.337,55	27.550,29	46.113,78
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Prestamos a contratarse a Corto Plazo						
Prestamos a contratarse a Largo Plazo						
Prestamos de Accionistas						
Aportes de Capital						
Otros Ingresos No Especificados						
D.- TOTAL DE INGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de Prestamos Bancarios Corto Plazo						
Pago de Prestamos Bancarios Largo Plazo						
Pago de Intereses						
Pago de Prestamos de Accionistas						
Reparto de Dividendos a Socios o Accionistas						
Otros Egresos no Especificados						
E.- TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F.- FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
G.- FLUJO NETO GENERADO (C + F)	14.940,00	68,39	5.212,99	14.337,55	27.550,29	46.113,78
VALORES PRESENTES	14.940,00	45,52	2.309,56	4.228,05	5.407,70	6.024,75
TIR	58%					
VAN	38.379,94					

TASA DE DESCUENTO	0,14	TASA LIBRE RIESGO (rf)	0,0625
COSTO CAPITAL	0,14	PRIMA MERCADO (rm - rf)	0,0575
COSTO EFECTIVO DEUDA	0	BETA PURO	1,41
% CAPITAL	1,0000	BETA APALANCADO	1,41
% DEUDA	0,0000		
TASA EFECTIVA DE IMPUESTO	0,375		
TIEMPO RETORNO INVERSION	1		

FUENTE: EL RETORNO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

CAPÍTULO IX

9 CONCLUSIONES

El mercado funerario presenta la oportunidad de que existan mayores ofertas de servicios exequiales debido a que todas las empresas ofrecen casi los mismos servicios y con costos similares, por lo cual es importante que empresas nuevas den mayores beneficios a sus clientes como lo planea hacer El Retorno con sus planes pre-necesidad.

Nuestro atributo más importante sería nuestro bajo costo en lo que se refiere a la cuotas mensuales de la venta de los planes exequiales pre-pagados que ofrecemos con un alto grado de calidad en el servicio, pero el atributo que determinaría la preferencia hacia nuestra empresa será los beneficios adicionales tangibles que traerá consigo la adquisición de uno de estos planes como son descuentos en diferentes farmacias, clínicas y servicios odontológicos; lo que hará que los clientes no piensen que el dinero que ellos desembolsan mes a mes nunca van a ver en que se invirtió, si no que, van a darse cuenta de las muchas facilidades que les damos para mantener una vida con los cuidados médicos respectivos a un costo relativamente menor.

Del estudio de mercado se puede concluir que:

- Los lojanos ya están tomando conciencia de la importancia de anticiparse y sobre todo en estos eventos que no los podemos planear pero tenemos la seguridad de que van a suceder.
- Para la mayoría de ellos les es importante la empresa que va a ofrecerles este servicio y los principales factores de servicio que determinarían la elección serían costos cómodos y beneficios adicionales tangibles para sus clientes.

- Funeraria Jaramillo es la mayor competencia y la más recordada de las empresas exequiales.
- Las personas prefieren publicidad indirecta es decir que no parezca que es para ellos, si no más bien como algo que esta ahí para todos de donde se pueden informar.
- En lo que se refiere a costos la mayor parte prefieren cuotas cómodas por un tiempo determinado a pagar pocos centavos de por vida.
- El banco más grande y que las personas utilizan más es banco de Loja en donde mantendremos nuestra cuenta para los pagos por débitos bancarios.
- Prefieren visita en las casas debido a que en los trabajos se les hace más difícil poder concentrarse nada mas en el vendedor.

Del flujo de caja se pudo obtener un VAN de \$39007,68 y un TIR de 59% por estos indicadores se concluye que el negocio es factible y cumple con el requisito de generar beneficios a futuro para la empresa manteniendo un flujo positivo desde el primer año, aspecto importante dada la situación del país.

CAPÍTULO X

10 RECOMENDACIONES

- Se debe tener conocimiento principalmente de para quien es el plan y que esta persona no posea una enfermedad pre existente, por que de lo contrario, se podría vender el plan pero se lo debería manejar de otra manera.
- En caso de requerir una de las personas dueñas de un plan de los servicios se debe tener en cuenta que la misma haya terminado de cancelar el valor total del plan, caso contrario deberán los familiares cancelar la diferencia en ese momento.
- Especial cuidado se debe tener al momento de que los costos o precios a nivel país suban un alza muy grande para en ese momento suspender las ventas para poder realizar el reajuste respectivo.
- Si la tasa de interés que da el banco a la empresa por alguna razón disminuyese se debería urgente buscar una entidad bancaria que nos de un porcentaje similar o ver la posibilidad de invertir el dinero en alguna clase de proyecto que brinde la misma o una mayor rentabilidad a la empresa, protegiendo de esta manera al proyecto de venta de planes pre necesidad.

CAPÍTULO XI

11 BIBLIOGRAFIA

- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, www.bce.com.ec
- BIBLIOTECA MUNICIPAL, habitantes de la ciudad por parroquias.
- EL RETORNO funeraria y servicio de cremación, precios.
- EL RETORNO funeraria y servicio de cremación, Balances.
- EL RETORNO funeraria y servicio de cremación, organigrama.
- Biblioteca de Consulta Microsoft Encarta 2006. Reservados todos los derechos.
- V. BERNARDO: COLLI, J.C.; LEWANDOEWSKI DICCIONARIO ECONÓMICO Y FINANCIERO. Cuarta Edición
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC)
- www.google.com/estrategiasdemarketing
- www.wikipedi.es/perdidasyganancias
- www.wikipedi.es/flujo-de- caja

CAPÍTULO XI

12 ANEXOS

ANEXO 1

NOMENCLATURA	FORMULAS	RESULTADOS		
BETA SECTOR		1,41		
BETA AJUSTADO	$(\text{Beta puro}(1+(D(1+t)/E)))$	1,41		
TASA IMPOSITIVA	$(1-t)$	0,75		
DEUDA	Tasa efectiva	0		
COSTO CAPITAL PROPIO	$ke = rf + \beta.(rm-rf)$	0,14		
ENDEUDAMIENTO		-	-	deuda bancaria
EQUITY		1,00	14.940,00	capital social
WACC	$WACC = ke \times (E/E+D) + kd \times (1-t) \times (D/E+D)$	0,14		

RIESGO ECUADOR				
NOMENCLATURA	FORMULAS	RESULTADOS		
BETA SECTOR		7,65		
BETA AJUSTADO	$(\text{Beta puro}(1+(D(1+t)/E)))$	7,7		
TASA IMPOSITIVA	$(1-t)$	0,75		
DEUDA	Tasa efectiva	0		
COSTO CAPITAL PROPIO	$ke = rf + \beta.(rm-rf)$	0,50		
ENDEUDAMIENTO		-	-	deuda bancaria
EQUITY		1,00	14.940,00	capital social
WACC	$WACC = ke \times (E/E+D) + kd \times (1-t) \times (D/E+D)$	0,50		

Euribor	Tasa interés activa
1,341	8,99
beta sector USA	1,41
Riesgo Ecuador	7,649

