

658
L8648

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA
LA INSTALACION DE UNA SALA DE VELACION
EN SIBUNDOY**

RAMON LOPEZ CORDOBA

**INSTITUTO TECNOLOGICO DEL PUTUMAYO
ADMINISTRACION Y CONTABILIDAD SISTEMETIZADA
SIBUNDOY**

1.999

658
L8648

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA
LA INSTALACION DE UNA SALA DE VELACION
EN SIBUNDOY**

RAMON LOPEZ CORDOBA

**INSTITUTO TECNOLOGICO DEL PUTUMAYO
ADMINISTRACION Y CONTABILIDAD SISTEMETIZADA
SIBUNDOY
1.999**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA
LA INSTALACION DE UNA SALA DE VELACION
EN SIBUNDOY**

**COMITÉ CURRICULAR
RAMON LOPEZ CORDOBA**

**Proyecto como requisito parcial para optar al título de
Tecnólogo en Administración y Contabilidad Sistematizada**

**Asesor: ARTURO DELGADO GONZALEZ
Administrador Público**

**INSTITUTO TECNOLÓGICO DEL PUTUMAYO
ADMINISTRACION Y CONTABILIDAD SISTEMATIZADA
SIBUNDOY**

1.999

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Sibundoy, Diciembre 17 de 1.999

WIKIPEDIA

A Dios

A mi amada esposa:

Myriam

A mi querido hijo:

Juan David

A mis compañeras y

Compañeros.

Ramón

Levanta el alma y el cuerpo del alma, comienza un mundo de amor y de paz.

El alma es el alma.

A Juan David, hijo de Ramón, por su nacimiento, para que el mundo de este

es un mundo grande.

A Pedro Pablo Espinoza, por su nacimiento y su vida, para que sea un mundo de

esperanza.

A mi familia, por su nacimiento, para que sea un mundo de amor y de paz.

A mi familia, por su nacimiento, para que sea un mundo de amor y de paz.

A mi familia, por su nacimiento, para que sea un mundo de amor y de paz.

AGRADECIMIENTOS

El autor expresa sus agradecimientos:

Al personal docente y directivo del INSTITUTO TECNOLÓGICO DEL PUTUMAYO, sede Sibundoy, por su abnegada colaboración en el transcurso y desarrollo de los estudios de la tecnología.

A toda mi familia que con su apoyo incondicional, continuamente manifestó su interés por los estudios, hoy finalizados.

Al profesor Arturo Delgado Gonzalez, por su entusiasmo para con el desarrollo de este proyecto de grado.

A Pedro Pablo Burbano, por su oportuna y eficaz colaboración para sacar adelante esta monografía.

Y aprovecho también, esta oportunidad para ser llegar mis mas sinceros agradecimientos a todas aquellas personas, comprometidas y laboriosas que, dentro y fuera del instituto, han hecho posible la realización de esta pequeña obra.

CONTENIDO.

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.	3
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.	5
2. DESCRIPCION DEL. AREA DE ESTUDIO	6
3. JUSTIFICACION.	11
4. OBJETIVOS	14
4.1 OBJETIVO GENERAL	14
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
5. MARCO TEORICO O REFERENCIAL	15
5.1 ANTECEDENTES	15
5.2 MARCO CONTEXTUAL	16
5.2.1. Aspecto geográfico	16
5.2.2 Aspectos históricos	18
5.2.3 Población	20
5.2.4 Aspectos sociales	22

5.2.5 Vivienda	23
5.2.6 Servicios domiciliarios	23
5.2.7 Salud	24
5.2.8 Aspectos educativos	24
5.2.9 Aspectos culturales	25
5.2.10 Aspectos económicos	25
5.2.10.1 Estratificación socioeconómica	26
5.2.10.2 Principales actividades económicas	27
5.2.11 Entorno tecnológico	27
5.3 MARCO LEGAL	28
5.4 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	33
5.4.1 La Muerte en la cultura	33
5.4.2 Ritos	37
5.4.2.1 Muerte y Funerales en los Camemtsa	38
5.4.3 Generalidades del Marketing	39
5.4.3.1 Producto	40
5.4.3.2 Precio	41
5.4.3.3 Distribución	42
5.4.3.4 Promoción y publicidad	43
5.4.3.5 Servicios	44
5.4.3.6 Oportunidades y Objetivos	45
5.4.3.7 Segmentación de Mercado	46
5.4.3.8 Predicción de Ventas	47

6 ASPECTOS METODOLOGICOS	48
6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	48
6.2 HIPÓTESIS	49
6.3 VARIABLES	50
6.4 TÉCNICA UTILIZADA	51
6.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	51
6.5.1 Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas	53
7. ANÁLISIS Y FACTIBILIDAD DEL PROYECTO DE ESTUDIO	69
7.1 VISIÓN	69
7.2 MISIÓN	69
7.3 LAS FORTALEZAS, DEBILIDADES, AMENAZAS Y OPORTUNIDADES	70
7.3.1 Debilidades	70
7.3.2 Oportunidades	70
7.3.3 Fortalezas	71
7.3.4 Amenazas	71
7.4 LA EMPRESA	72
7.5 PROVEEDORES	72
7.6 PERFIL DEL CONSUMIDOR	73
7.7 EL PRODUCTO	73
7.8 PRECIO	74
7.9 DISTRIBUCION	74
7.10 PUBLICIDAD	75
7.11 SERVICIO	75

8 ANÁLISIS ECONOMICO Y FINANCIERO	78
8.1 EGRESOS DE LA SALA DE VELACIÓN	78
8.1.1 Planta de personal	78
8. 1.2 Gastos de funcionamiento	79
8.1.3 Dotación de equipo muebles y enseres	80
8.1.4 Materiales y elementos de oficina	81
8.1.5 Depreciación	81
8.2 ESTIMACIÓN DE INGRESOS Y VENTAS	82
8.3 PLAN DE INVERSIÓN	85
8.4 ESTADO DE RESULTADOS	85
8.5 ANÁLISIS FINANCIERO	86
8.5.1 Punto de equilibrio (PE)	86
8.5.2 Valor presente neto (VPN)	89
8.5.3 Tasa interna de retomo (TIR)	90
8.5.4 Relación Beneficio / Costo (R b/c)	91
8.5.5 El costo anual equivalente (CAE)	93
9 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	95
10 RECURSOS	96
10.1 HUMANOS	96
10.2 MATERIALES	96
10.3 FINANCIEROS	97
11 CONCLUSIONES	98
BIBLIOGRAFIA	99

ANEXOS

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Integrantes del núcleo familiar de Sibundoy	54
Gráfica 2. Propietarios de casa	55
Gráfica 3. Personas que trabajan en casa	56
Gráfica 4. Póliza para gastos de funerales	57
Gráfica 5. Opinión sobre la importancia de una sala de velación	58
Gráfica 6. Opinión sobre el espacio de la casa para velar familiar	59
Gráfica 7. Opinión sobre el lugar de velación	60
Gráfica 8. Fluctuación de los ingresos familiares	61
Gráfica 9. Egreso mensuales en la familia	63
Gráfica 10. Opinión sobre los gastos funerales	64
Gráfica 11. Opinión sobre el valor de la caja mortuoria	65
Gráfica 12. Disposición para utilizar el servicio de la sala de velación	66
Gráfica 14. Opinión sobre el valor que pagaría por el servicio de velación	67
Gráfica 15. Opinión sobre si la sala de velación es adelanto para Sibundoy	68
Gráfica 16. El punto de equilibrio	88

LISTA DE CUADROS

	Pág.
CUADRO 1. Presupuesto de gastos anuales	79
CUADRO 2. Gastos de funcionamiento	80
CUADRO 3. Dotación de equipos mueble y enseres	80
CUADRO 4. Materiales y elementos de oficina	81
CUADRO 5. Depreciación de muebles, equipos y enseres	82
CUADRO 6. Ingresos año uno	83
CUADRO 7. Proyecciones de ingresos	84
CUADRO 8. Plan de inversión	85
CUADRO 9. Estado de resultados proyectados a cinco años	86

LISTADOS DE MAPAS

	Pág.
Mapa 1 Área urbana de Sibundoy.	17
Mapa 2 Jurisdicción del Valle de Sibundoy.	19
Mapa 3 Ubicación del Valle de Sibundoy en el departamento del Putumayo.	21

ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Formulario de las encuestas	103
Anexo 2. Nomina	105
Anexo 3. Parafiscales	106
Anexo 4. Cuota de mercado y Proyecciones de ventas	107
Anexo 5. Amortización de la deuda	108

LISTA DE FOTOGRAFIAS

	Pág.
FOTO 1. Los indígenas tienen sus propias creencias y ritos sobre la muerte.	7
FOTO 2. El ocio hace parte del cotidiano vivir en la tercera edad, es, también Prepararse para la muerte.	8
FOTO 3. El rito de velación y sepelio reúne a familiares y amigos.	9

GLOSARIO

ALBERGAR. Hospedarse, tomar albergue.

ANTICRESIS. Contrato por el cual un acreedor adquiere el derecho de percibir los frutos de una propiedad del deudor, para aplicarlo al pago de intereses o amortización de la deuda.

ATAUD. Caja donde se pone un cadáver para llevarlo a enterrar.

CATALOGAR. Registrar ordenadamente libros, manuscritos, etc., formando catalogo en ello.

CATALOGO. Memoria o lista de persona, cosas o sucesos puestos en orden.

CEREMONIA. Acción o acto exterior para dar culto a las cosas divinas, o reverencia y honor a las profanas.

COSTO. La transformación o destrucción de valor en el transcurso de actividades onerosas destinadas a la producción de bienes o de utilidad.

CLIENTES. Los que utilizan (demandan) en forma constante los servicios del sistema financiero. Persona que utiliza los servicios.

COLEGIR. Juntar, unir las cosas sueltas y esparcidas.

CONTINGENCIA. Posibilidad de que una cosa suceda o no suceda.

DECESO. Muerte natural o civil.

DIFUNTO. Se dice de la persona muerta, cadáver.

DUELO. Dolor o aflicción, pesar por la muerte de alguno.

EMBALSAMAR. Preparar los cadáveres para que no se descompongan.

ESPÉCIMEN. Muestra, modelo, señal.

ENTORNO. Contorno.

EXHUMACIÓN. Desenterrar sacar de la sepultura un cadáver o restos humanos.

EXALTAR. Elevar a mayor auge o dignidad.

FLUCTUACIÓN. Acción y efecto de fluctuar.

FLUCTUAR. Moverse algo al impulso de las olas, estar a riesgo de perderse o arruinarse alguna cosa.

HOSTIL. Contrario o enemigo.

INUSITADO. Insólito.

INHUMACIÓN. Acto de enterrar un cadáver.

INCIPIENTE. Que apenas empieza.

LUTO. Signo exterior de duelo en ropas, y otros objetos, por la muerte de una persona.

MARKETING. Método y técnica comercial de la empresa que conduce a la definición del producto, de los precios, de la promoción y de la distribución.

MERCHADISING. Comercialización. Adaptación de las características de un producto al mercado para su comercialización.

MERCADO. Lugar público destinado para vender y comprar productos o bienes.

MIGRACIÓN. Desplazamiento de población de una región a otra para establecerse en esta.

PARADÓJICAMENTE. Que envuelve contradicción.

PRECIO. Valor pecuniario en que se estima una cosa.

PRODUCTO. Lo que reporta un trabajo.

RELEVANCIA. Calidad o condición de relevante.

RELEVANTE. Excelente, sobresaliente.

RITO. Costumbre o ceremonia, conjunto de reglas establecidas para el culto.

RITUAL. Relativo al rito.

SALARIO. Remuneración de la venta de la fuerza de trabajo de un individuo.

SEPELIO. Inhumación.

SEPULTURA. Acción y efecto de sepultar.

VELORIO. Acto nocturno por la muerte de una persona.

INTRODUCCIÓN.

El presente estudio de factibilidad para la instalación de una sala de velación en el municipio de Sibundoy, tiene pertinencia para la actividad social y cultural del municipio, por cuanto la misma por una parte va a generar empleo y por otra, va a permitir que las tradiciones culturales y rituales existentes alrededor de esta actividad, se conserven y manifiesten con toda la naturalidad de las circunstancias. Además, el municipio por el avanzado desarrollo social y educativo que viene presentando en los últimos años, se hace merecedor de evolucionar en las actividades de los ritos que se presentan con motivo de la muerte de algún familiar o amigo. La sala de velación es, entonces, una microempresa que significa progresos sostenibles para Sibundoy.

El planteamiento del problema gira entorna a la realización de una síntesis de las dificultades que se viven como consecuencia del ritual de velación, al interior de la familia y amigos, al perder a un ser querido.

El marco teórico o referencial recopila la información necesaria que justifica y fundamenta la propuesta de investigación, partiendo de los antecedentes, recogiendo información sobre el contexto social e histórico de Sibundoy, reforzando el trabajo en el marco legal, para terminar con el marco teórico y conceptual.

La Metodología utilizada en esta investigación, ha facilitado recopilar la información de la población, con el fin de determinar el interés que la misma tiene respecto a la sala de velación. Los comentarios y análisis que se extractan de las encuestas permiten consolidar y aceptar la propuesta de factibilidad de la sala de velación para instalarse en el municipio de Sibundoy.

Y finalmente, los análisis administrativos, económicos y financieros conllevan a concluir que la instalación de la sala de velación es viable y atractiva para los inversionistas en el Valle de Sibundoy.

1. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.

En el municipio de Sibundoy, las familias, tradicionalmente han venido realizando los rituales de velación de los seres querido en las casas de habitación.

1.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA.

Sibundoy es un municipio que cada día alberga más población. La migración realizada en los últimos años ha originado en este municipio diferentes problemas, entre los cuales podemos resaltar el complejo problema de los fallecimientos por diversos motivos que se producen en este municipio. Los síntomas que se presentan por esta dificultad se caracterizan por:

- En 1.989 en el municipio de Sibundoy fallecieron y se sepultaron en el cementerio Pío de Ordal 13 personas, y diez años después se están sepultando 112 personas¹. El alto índice de crecimiento de mortalidad obliga a las autoridades municipales y departamentales a formular un plan de contingencia para evitar la continuación de este panorama.

¹ Registraduría Municipal y Parroquia San Pablo de Sibundoy, Anuario Estadísticos de Defunciones.

- Cuando se produce un deceso en alguna familia del municipio se presentan diversas situaciones, tales como:
 - Desocupar el espacio necesario para albergar al difunto y a las personas que acompañaran los rituales de velación.
 - Preparación del cadáver y ubicación en el ataúd.
 - Buscar sillas, candelabros, ataúd, soportes para el ataúd, sabanas, cortinas, cintas, cortineros, crucifijo, flores,...
 - Conseguir los alimentos necesarios para atender a los asistentes al velorio y a los familiares.
 - Preparar la casa de habitación para hospedar a los familiares que vienen de otros lugares.
 - Los gastos e imprevistos que demanda este acontecimiento doloroso.
 - Las diversas incomodidades que se presentan al trasladar al difunto de la casa a la iglesia y de aquí al cementerio.
 - En medio del dolor y de la angustia muchos detalles se olvidan involuntariamente, tal como la publicidad e invitación al sepelio, entre otros.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.

Será que instalando una sala de velación en el municipio de Sibundoy, con cobertura para todo el valle, produce beneficios sociales y económicos, con respecto de que tradicionalmente los rituales de velación se hacen en casa de los familiares?.

1.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA.

¿Será que es necesario instalar una sala de velación en Sibundoy?

¿Cuál sería el grado de aceptación, por parte de la población de Sibundoy, al instalar la sala de velación?

¿Cuáles serían las fuentes de financiación para instalar la sala de velación?

2. DESCRIPCION DEL ÁREA DE ESTUDIO Y ANTECEDENTES HISTORICOS.

La antropología clásica no dice que es el reconocimiento de la aparición de la razón en el hombre es el útil. El homo faber, es decir, el hombre que hace, el hombre que fabrica, es el determinante en la clasificación de las edades de la humanidad.

Tenemos así, la edad de piedra, la edad de bronce, la edad de hierro, etc., todas referentes a los materiales que empleaba el hombre para elaborar sus utensilios. Sin embargo, hay otro hecho que nos sirve de reconocimiento de la aparición de la razón, pero que no ha servido de fundamento para clasificaciones: la sepultura.

Al respecto, Eugene Pittard nos dice: “El hombre de Neardenthal no sólo enterraba a sus muertos, sino que, en ocasiones, los reunía en un mismo lugar (gruta de los niños cerca de Mentón). No puede tratarse ya de una cuestión de instinto, sino de la aurora del pensamiento humano, que se traduce por una especie de rebelión contra la muerte”.²

² Apartes tomados de: LO INDIVIDUAL Y LO COLECTIVO EN LA MUERTE, Edwin Bautista Martinez, Universidad de la Salle, Santafé de Bogotá, 1997, p.p. 110.

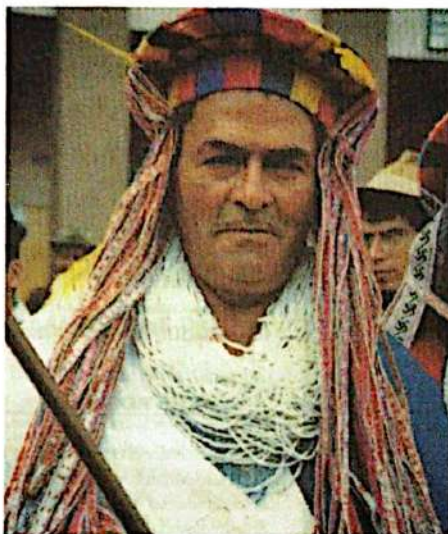


FOTO 1. Los indígenas tienen sus propias creencias y ritos sobre la muerte.

No existe prácticamente ningún grupo arcaico por primitivo que sea, que abandone a sus muertos o que los abandone sin ritos. “los Koriaks del este siberiano arrojan a sus muertos al mar, éstos quedan confiados al océano, pero nunca desamparados”.

Ahora bien, ¿constituye el hecho de la sepultura una prueba clara de una conciencia de la muerte?. Tal vez no, en la medida en que las metáforas arcaicas de la muerte es llamada sueño, viaje, maleficio y no es denominada como tal. Sin embargo, hay un momento fundamental antes de la sepultura: los ritos funerarios.

Se sabe que algunos primates entierran a sus muertos, sin embargo, no se conoce ninguna especie en la que se presenten los ritos funerarios a excepción de la especie humana.

Es ritual de la sepultura el que se muestra como signo de la aparición de una conciencia de la muerte, ya que, aunque se le llame viaje, sueño o maleficio, la muerte esta determinando algo fundamental en la vida del hombre. No es un momento aislado, no es un momento más.

Se tiene pues, dos hechos que nos develan el uso de la razón en el hombre primitivo: el utensilio y la sepultura –más aun el rito funerario-. El útil como elemento para sobrevivir en un mundo hostil en ocasiones y la sepultura como elemento que se abre a un mundo posible, a un mundo fantástico, surge entonces la primera constante antropológica: la conciencia real de la muerte. Real en tanto que se basa en una vivencia concreta, en una experiencia directa, y no en una conceptualización en torno a la muerte.

Pero, ¿De donde surge la conciencia de la muerte?, ¿Acaso surge sólo con el hecho de ver morir a otros?. La conciencia de la muerte surge con la conciencia de la individualidad. Es el final de un individuo el que nos hace conscientes de la muerte.



FOTO 2. El ocio hace parte del cotidiano vivir en la tercera edad, es, también prepararse para la muerte.

Solamente cuando reconocemos en el que muere una individualidad determinada, la muerte se hace presente. Entre los Cafres, la muerte del jefe provoca espanto, mientras que la muerte del extranjero o del esclavo es recibida con indiferencia. De allí que haya sido tan traumático para el mundo en general el fallecimiento de una sola mujer –la princesa Diana-, es comparación al sentimiento que se pudo dar frente a 1.500 degollados en Argelia.

El deseo de inmortalidad se nos presenta en múltiples formas: como esperanza en una vida posterior en un paraíso, como esperanza de vivir múltiples reencarnaciones procurando la purificación, incluso aquellos que declarándose ateos buscan su eterna memoria en familiares y amigos; ni un Cioran, para quien el tema del suicidio –y por lo tanto de la muerte- es algo central en su obra, escapa al deseo de la inmortalidad y nos dice: “Nunca entenderé cómo se puede vivir sabiendo que no se es, por lo menos, eterno”.



FOTO 3. El rito de velación y sepelio reúne a familiares y amigos.

Y finalmente, la muerte es ciertamente uno de los hechos básicos de la vida. Sin embargo por su propia naturaleza es misteriosa e inevitable. Desde los comienzos de la humanidad, el hombre se ha esforzado en darle un significado, una explicación. De todas las etapas del ciclo vital de los seres humanos, la muerte es la crisis que mas lo ha impactado. El hombre de todas las culturas, de todos los tiempos, ha sentido temor por la muerte, temor por lo que sigue después de ésta, y temor por lo desconocido que ella implica. Su situación de impotencia ante la muerte, la ha rodeado de todo tipo de creencias, rituales y expresiones culturales. La muerte y lo relacionado con la muerte siempre ha sido importante para los seres humanos; sin embargo, hoy en día, el tema cobra un inusitado interés.

3. JUSTIFICACION.

Estudio de factibilidad para la instalación de una sala de velación en Sibundoy, es el nombre del proyecto para optar al título de tecnólogo en administración y contabilidad sistematizada, y que actualmente se viene perfeccionando, con el fin de someterlo a consideración del comité curricular y de la comunidad universitaria del Instituto Tecnológico del Putumayo.

Las consideraciones que se presentan a continuación tienen que ver con la importancia del proyecto, teniendo de presente los impactos positivos que demandan el estudio e investigación de la propuesta. La relevancia se destaca bajo los siguientes argumentos:

- Teniendo en cuenta que a través de la historia de la humanidad, los muertos siempre han sido objeto de diversos tratamientos e interpretaciones sociales y culturales; el municipio de Sibundoy no se escapa de esta tradición de la sociedad. Se necesita establecer todo un andamiaje social, económico y cultural para preparar y separarse de los difuntos del seno de la familia y del círculo de amigos. Los velorios y demás ritos que se presentan con la muerte de un ser querido, reclaman de la sociedad instancias expertas en estos menesteres. En Sibundoy no existe un sitio apropiado para ello.

- Con la existencia de una sala de velación los diferentes grupos, los dispersos sectores populares y sus mas variadas manifestaciones religiosas entorno a la muerte, encontrarán un espacio para la reflexión y el espacio más apropiado a las circunstancias y con esto no queremos desconocer de la existencia de los mismos aspectos cuando se velan a los difuntos al interior de la casa de los familiares de luto. Descamos destacar las nuevas posibilidades de comodidad y modernidad que encontrarán en la sala de velación.
- La religiosidad, las manifestaciones culturales y los diversos roles que origina la muerte de una persona despiertan las más variadas manifestaciones de aflicción y dolor en la familia y en la sociedad. Estos quehaceres reclaman de una instancia experta en recoger todas estas situaciones sociales y culturales para acomodarlas al momento que se vive y poder crear un ambiente de comprensión y participación de los más cercanos familiares y amigos hasta los más lejanos parientes y compañeros. Una sala de velación es la respuesta y una posible solución.
- Crear un ambiente apropiado, frente a las circunstancias de la muerte, solo se lo puede realizar con conocimiento de causa. En una sala de velación, a pesar del peor drama de dolor y de angustia, se encarga de crear un ambiente de esperanza, optimismo y “alegría” en el ser humano, los mejores remedios contra la tristeza, dolor y depresión.
- Con la aparición y puesta en funcionamiento de la sala de velación, en el municipio de Sibundoy, las diversas incomodidades, tales como: adecuar la casa, conseguir sillas, mesas,

cuarenta y ocho horas de velorio, preparación de alimentos,..., incomodidades estas que desaparecerían para los familiares y amigos mas cercanos.

- Al prestar el servicio la sala de velación en todo lo relacionado a: impresión de carteles, arreglo de la sala para la noche de velación, elaboración de tarjetas y traslado al cementerio, los familiares y amigos quedaran mas libres para dedicarlo a menesteres de índole estrictamente personales, pues el deceso de un familiar implica un trastorno social y psicológico en el núcleo familiar.

4. OBJETIVOS.

4.1. OBJETIVO GENERAL.

Realizar un estudio de factibilidad para la instalación de una sala de velación en el municipio de Sibundoy.

4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Explorar la bibliografía necesaria con el fin de justificar y conceptuar la factibilidad de la instalación de la sala de velación.
- Recopilar la información necesaria para determinar la viabilidad de la sala de velación.
- Realizar encuestas en la población de Sibundoy con el fin de determinar el grado de aceptación de la sala de velación.
- Realizar el análisis financiero que permite determinar la factibilidad de sala de velación.

5. MARCO TEORICO O REFERENCIAL.

5.1. ANTECEDENTES.

En el valle de Sibundoy no existe una investigación similar a la que se viene adelantando en el municipio de Sibundoy. Las acciones que se vienen realizando en relación con los servicios de funeraria distan demasiado de las actividades propias de una investigación. Parece que no ha existido el interés necesario y suficiente para adelantar una indagación parecida a la actual.

En valle de Sibundoy existen algunas funerarias que prestan algunos servicios tales como: venta de ataúd, alquiler de candelabros, soportes para colocar al difunto y el Cristo grande y visible; fuera de estas actividades no hay estudios que se puedan referenciar en el desarrollo de este estudio.

Realmente, en el municipio de Sibundoy, como en toda esta región, no existen estudios y trabajos que puedan iluminar en más detalle la investigación que se viene realizando, por lo tanto casi es imposible repetir trabajos que se hubieran elaborado en otra época, razón por la cual tenemos la seguridad de no correr ningún riesgo de investigar algo que ya esta hecho.

5.2. MARCO CONTEXTUAL.

5.2.1 Aspecto geográfico. El municipio de Sibundoy se encuentra localizado en las estribaciones del Macizo Colombiano entre las coordenadas geográficas: 1°, 10', 32" de latitud norte, 76°, 51', 10" de longitud al oeste de Greenwich y al Noroeste del Departamento del Putumayo³. (Ver mapa 1.)

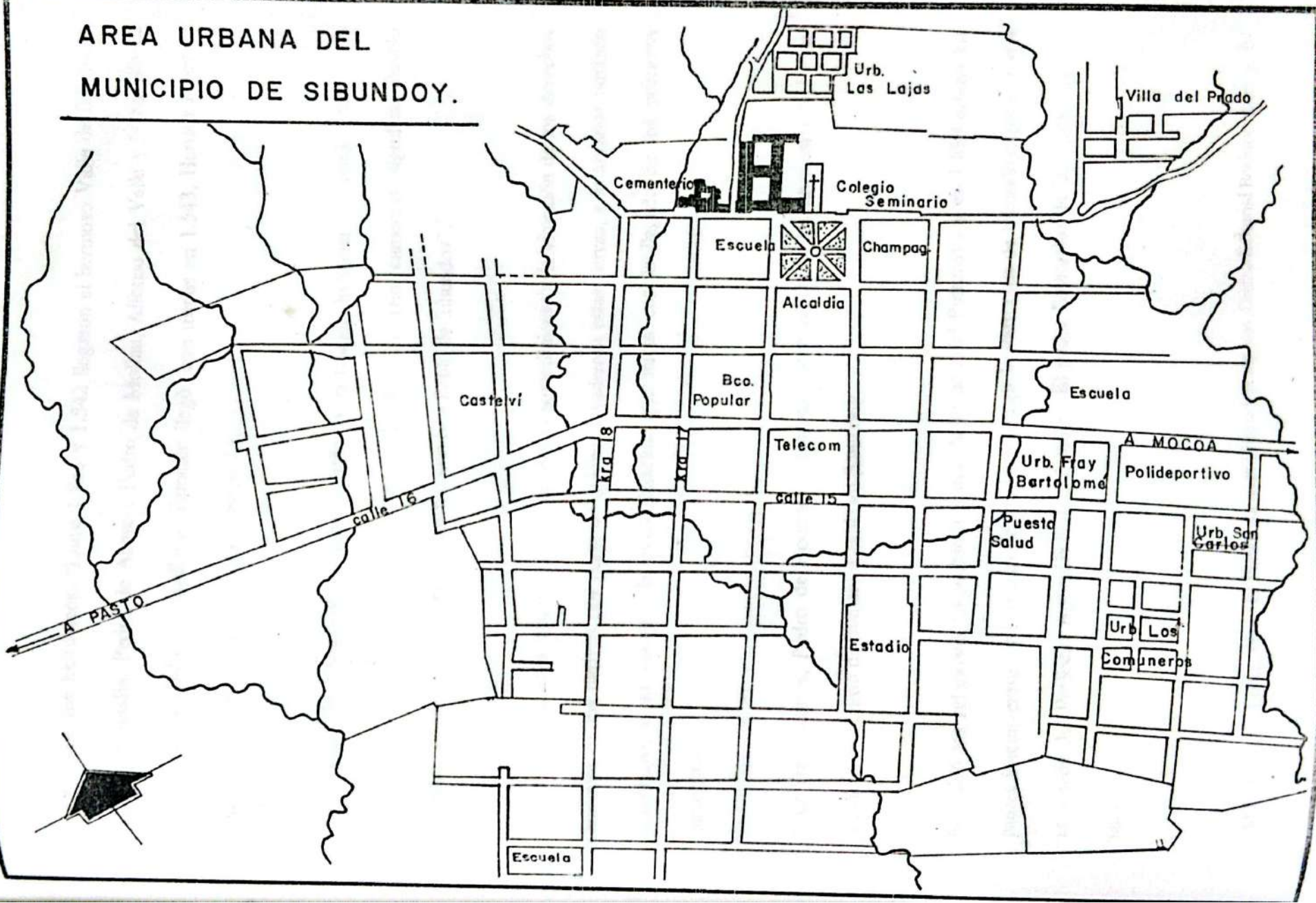
Está situado a 2.100 m.s.n.m., el clima promedio es de 16° en la mayor parte del año. En la parte plana tiene asiento la cabecera municipal y la población dispersa forma el área rural.

La zona montañosa, ocupa un espacio de 5.500 hectáreas y se caracteriza por suelos con pendientes entre 3.1 y mayores a 75%. En un 70% esta cubierta por pastos naturales, mientras que el 30% corresponde a rastrojos y bosques altamente intervenidos. Es la zona más vulnerable y presenta todos los tipos de erosión, desde la de terracetos causadas por el sobre pastoreo hasta movimientos en masa, pasando por deslizamientos, desestabilización de taludes y cárcavas, entre otros.

El clima oscila entre 18° C hasta los 3°, dependiendo de la altitud sobre el nivel del mar, entre el rango de 2.100 M hasta 3.600 M en el páramo Cascabel. Anotando que todas las características biofísicas descritas con antelación son propias del Valle de Sibundoy.

³ PLAN DE DESARROLLO INTEGRAL, Sibundoy siglo XXI, 1998, p. 21.

AREA URBANA DEL MUNICIPIO DE SIBUNDOY.



5.2.2 Aspectos históricos. “Entre 1.535 y 1.542 llegaron al hermoso Valle de Sibundoy, Juan de Ampudia, Pedro de Añasco, Pedro de Molina, Alfonso del Valle y Hernando de Cepeda con soldados y caballería. También llegó con tropas en 1.543, Hernán Pérez de Quesada en busca del Dorado. (Ver mapa 2.).

En el Valle de Sibundoy ya había cabañas y población indígena. Al núcleo mayor de habitaciones que los naturales llamaban TABANOY (En carmentsá significa Pueblo Grande), los españoles lo rebautizaron como San Pablo de Sibundoy”.⁴

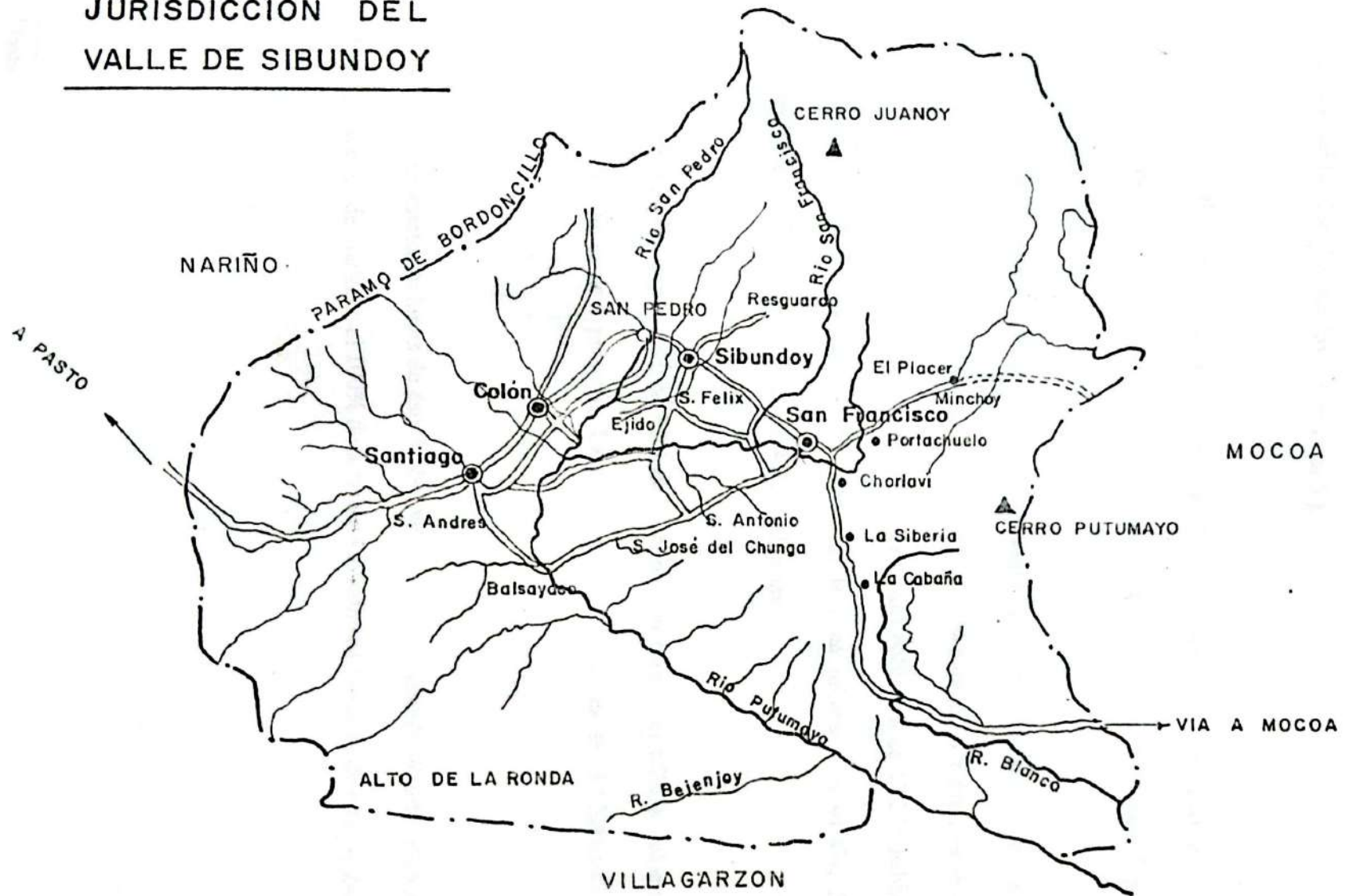
Así comenzó la aculturación, la explotación, el sometimiento y la violación de los derechos humanos de los nativos por parte de quienes invadieron estas tierras; a lo anterior también contribuyó, a su manera, la evangelización que inició con la llegada de los primeros misioneros.

“Los Franciscanos, Pedro de Rodeñas y Gaspar Valverde Cerón entraron en 1.547 y en 1.558, se radicaron de manera estable en Sibundoy

En 1.896 los religiosos Capuchinos toman la Misión del Putumayo y en 1.899 entran los padres Buenaventura y Lorenzo de Pupiales a regir la Parroquia de Sibundoy; desde 1.904 es la sede del Prefecto Apostólico de Sibundoy. El padre Estanislao de las Cortes hizo un nuevo

⁴ RESTREPO, L., López, Pbro., El Putumayo en el tiempo y el espacio, Centro Editorial Bochica, 1985, p. 91

JURISDICCION DEL VALLE DE SIBUNDOY



Trazado de las calles el 11 de octubre de 1906, fecha que se puede considerar como la fundación del moderno Sibundoy. (Ver mapa 3.).

En 1.931 San Pablo de Sibundoy se llamó las Casas y desde 1.936 se llamó únicamente Sibundoy⁵, a partir de 1.991 retoma nuevamente el nombre de San Pablo de Sibundoy.

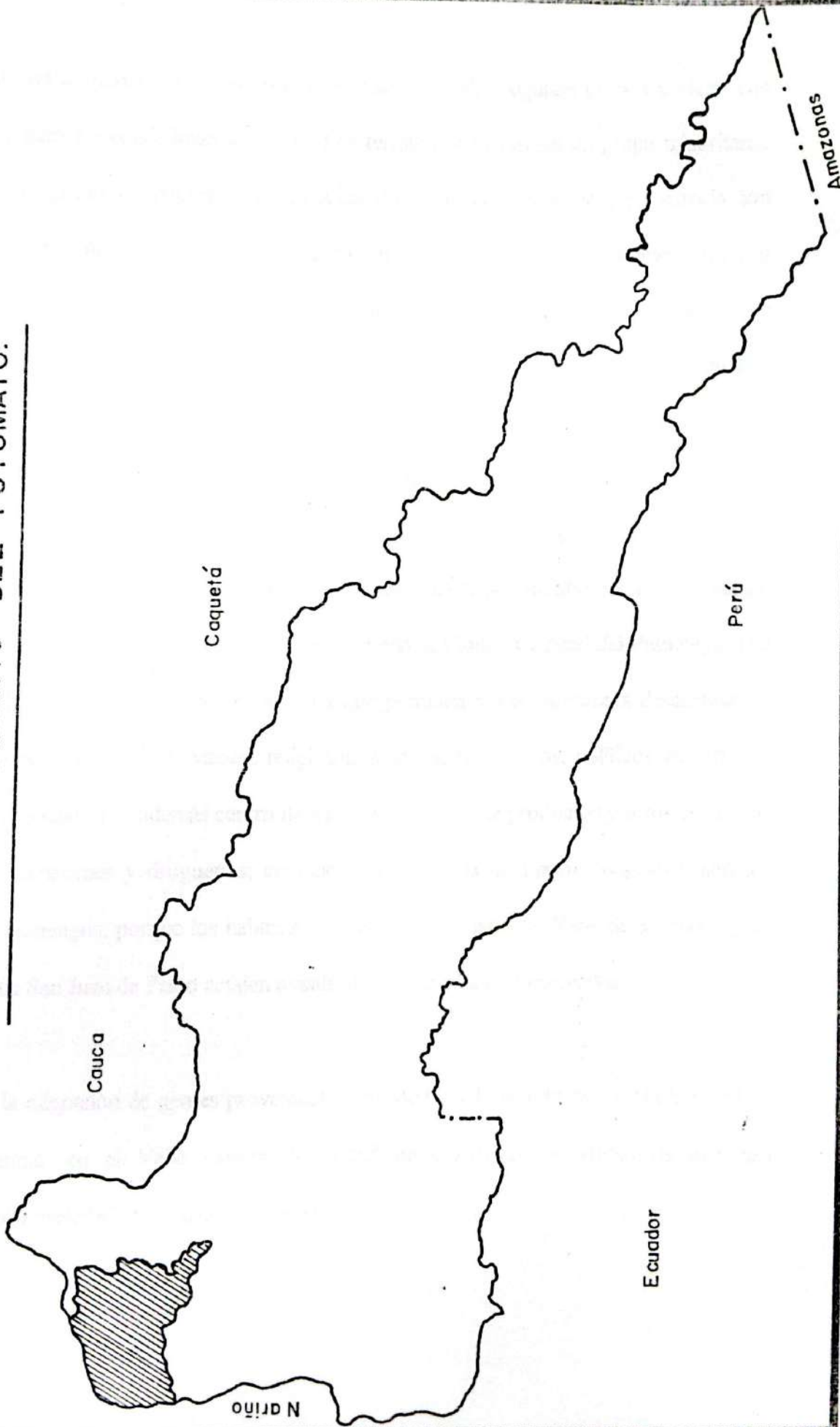
5.2.1 Población. Según el anuario estadístico de salud de 1999, la población del valle de Sibundoy asciende a 34.623 habitantes, de los cuales el 65% habitan en la parte urbana y el 35% en la parte rural. El municipio de Sibundoy tiene una población de 13.231 habitantes de los cuales el 58,6%, es decir 7.753, viven en la zona urbana y el 41,4%, 5.478 habitantes, viven en la zona rural. Habitan 4.250 indígenas.

La población indígena representa el 32% de la población total y el 68% a colonos. El promedio por familia es de 5 personas. La densidad de población es de 187 habitantes por Km².

Los primeros habitantes colonos de éste Valle vinieron principalmente de diferentes zonas del Departamento de Nariño y el 100% de la población indígena es nativa de esta región.

⁵ *Ibidem.* p. 93.

UBICACION DEL VALLE DE SIBUNDOY
EN EL DEPARTAMENTO DEL PUTUMAYO.



5.2.4 Aspectos sociales. La posición económica determina algunos grupos sociales con mayores y menores condiciones de vida. Los terratenientes forman un grupo minoritario, es mayor el grupo de pequeños propietarios donde el colono explota su parcela con producción pequeña de agricultura y ganadería; otros se caracterizan como comerciantes, su medio de vida son los pequeños negocios, administrados por ellos mismos. El grupo de empleados públicos, maestros o administrativos, conforman un grupo rico intelectualmente, pero con limitados recursos económicos. Aparte de los ya mencionados, existen grupos de desempleados y/o de empleos temporales o de subsistencia.

La población de Sibundoy, en los últimos cinco años, ha tenido un alto crecimiento social, cultural, económico y educativo. Se la conoce como la Capital Cultural del Putumayo por ser sede de importantes centros educativos que permiten a sus moradores desarrollar un buen nivel de formación de valores religiosos, morales, académicos, políticos, deportivos, culturales y sociales; es además centro de mercadeo, acopio de productos y otros elementos de tienda, almacenes y droguerías; anotando que los días de mayor congestión son los sábados y domingos, porque los habitantes de otros municipios del Valle de Sibundoy y de la ciudad de San Juan de Pasto acuden a realizar sus actividades comerciales.

Debido a la migración de gentes provenientes del Medio y Bajo Putumayo, Nariño y otros departamentos, en el Valle existen diversidad de costumbres e ideologías que han propiciado la variedad cultural de sus gentes.

Agrava la situación el consumo de alcohol por los adolescentes y los jefes de hogar propiciando desorganización familiar, agresividad y maltrato físico a la mujer y menores, especialmente en familias indígenas.

5.2.5 Vivienda. Según el Instituto de Bienestar Familiar Zonal Sibundoy⁶, que registra las características de la vivienda de los habitantes del valle, señala que el material más utilizado para su construcción es el ladrillo, representando el 70%, continúa el uso de la madera en un 25% y las viviendas de bahareque en un 5%. Respecto a la tenencia, el 80% es propia, el 10% en arriendo y el otro 10% entre anticres y otras formas de tenencia.

Las casas son generalmente reducidas y para el proyecto que se está estudiando, no tienen el espacio suficiente para realizar los ritos de velación. Cuando estos casos se presentan tienen que soportar, los amigos y familiares, las incomodidades de la ocasión.

5.2.6 Servicios domiciliarios. A pesar de ser deficientes, cuenta con los servicios públicos básicos: agua, luz, alcantarillado, además telefonía local y a larga distancia. El agua según los análisis hechos por salud pública, no es apta para el consumo humano causando enfermedades como la diarrea, gastroenteritis, amebiasis y otras enfermedades intestinales.

Un 80% de las viviendas tienen conexión con el acueducto y un 20% no cuenta con este servicio.

⁶ PLAN INTEGRAL DE DESARROLLO MUNICIPAL, Municipio de Sibundoy, periodo 1998-2000, p. 47.

5.2.7. Salud. En la actualidad, en Sibundoy se encuentra el CENTRO DE SALUD SANTIAGO RENGIFO, centros y puestos de salud, tanto en la zona urbana como rural. Estos centros y puestos de salud cuentan con el personal necesario y capacitado para su buen funcionamiento, tales como, un médico, un odontólogo, una higienista oral, una auxiliar de odontología, un técnico en saneamiento básico, auxiliares de enfermería y promotores de salud rural.

En Sibundoy también tienen asiento diversas instituciones que velan por la salud, tales como: Instituto de los Seguros Sociales, CAA; Cooperativa Solidaria de Salud San Francisco de Asís, COOP SOSAFA; SELVASALUD; UNIMEC; Policlínico y varios consultorios particulares.

5.2.8 Aspectos educativos. El Municipio de Sibundoy es famoso por la educación que ofrecen sus centros educativos; en el ámbito de básica secundaria y media vocacional se encuentran, entre otros, los siguientes: Colegio Champagnat, la Normal Superior, el Colegio Seminario Misional, el Colegio Fray Bartolomé de Iguazada, el Colegio Bilingüe.

Vale la pena destacar como institución de carácter superior al Instituto Tecnológico del Putumayo I.T.P., creado mediante Ley 65 de 1989, que inició a funcionar el 6 de marzo de 1995 con sede propia en Sibundoy, ofreciendo las siguientes tecnologías: Agraria, Administración y Contabilidad Sistematizada, Programación y Sistemas, Tecnología en Educación Física y tecnología Ambiental. Además cuenta con las siguientes instituciones de educación Superior: Escuela de Administración Pública, ESAP; universidad Mariana;

Instituto Universitario Juan de Castellanos; Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Unad; Universidad Antonio Nariño; Universidad del Tolima; Universidad Javeriana. Este abanico de instituciones fortalece el quehacer educativo del municipio de Sibundoy.

5.2.9 Aspectos culturales. Para tratar los presentes aspectos, hay que anotar que el valle de Sibundoy posee diversidad étnica y cultural por la calidad de sus habitantes, tanto no indígenas como indígenas de la comunidad Camentsá e Inga. Por tanto, cabe resaltar que cada año las comunidades indígenas celebran su propio carnaval. Se ha ido mejorando en su organización y ha recibido comentarios positivos de personas que vienen de otras partes del país.

Hay que destacar que desde la década de los 70, Sibundoy es llamada la Capital Cultural del Putumayo; ha realizado y sigue realizando actividades que sustentan este calificativo: las cuatro versiones del Festival de la Canción, nueve ejecuciones (hasta 1997) del Teatro Experimental Champagnat, el Festival de Teatro Infantil Escolar, el carnaval indígena, los Campeonatos Deportivos de cada año, el Festival de la Canción Escolar, el Festival de Cometas y los Juegos de Vacaciones Recreativas durante los meses de Julio y Agosto, son ejemplo de ello. Así mismo, es menester destacar otros eventos del valle de Sibundoy, tales como: festival de danza en San Francisco; bienal de teatro y letras en Colón.

5.2.10 Aspectos económicos. En el municipio de Sibundoy, sus niveles de ingresos están dados por la economía generada por la agricultura y la ganadería, como también de los diferentes entes gubernamentales.

5.2.10.1 Estratificación socioeconómica. Según el Sistema de Selección de Beneficiarios para Programas Sociales, SISBEN⁷, del municipio de Sibundoy, los criterios que tiene para realizar la clasificación o estratificación socioeconómica, son los siguientes:

- Clase de vivienda y servicios, en donde se destacan los aspectos:
 - Tipo de vivienda.
 - Material predominante en las paredes exteriores.
 - Material predominante en el piso.
 - Material predominante en el techo.
 - Tipo de alumbrado utilizado.
 - Servicio sanitario utilizado.
 - Agua para preparar alimentos.
 - Tiempo que gastan en traer el agua que utilizan para preparar alimentos.
 - Disposición de basuras.
- Núcleo familiar, en donde se destaca:
 - Pertenencia de la vivienda.
 - Clase de inmuebles que posee.
 - Número de cuartos que conforman la vivienda.
- Antecedentes sociodemográficos, en donde se tiene en cuenta el número de personas que conforman la familia.
- El nivel de educación.
- Ocupación e ingresos.

⁷ COORDINACION DE SALUD MUNICIPAL, Alcaldía de Sibundoy, 1999.

5.2.10.2 Principales actividades económicas. El suelo del municipio de Sibundoy, dadas sus características físico-químicas es apto para la agricultura y la ganadería, sus habitantes son principalmente agricultores; cultivan maíz y frijol, base de su subsistencia económica.

La agricultura está dirigida a satisfacer las necesidades de consumo; los principales cultivos después del maíz y el frijol, son la papa, las hortalizas y los frutales.

La mayor parte del comercio se la realiza con el departamento de Nariño, mediante el intercambio de productos como: verduras, frutas, maíz y el frijol; los productos agrícolas también se llevan hasta el Bajo Putumayo donde se comercian a buenos precios.

El municipio de Sibundoy cuenta con varios almacenes de ropa, calzado, electrodomésticos, ferreterías y tiendas que proveen los diferentes elementos para el confort familiar.

Últimamente se han incrementado varias actividades económicas, tales como la hotelera, línea de restaurantes, cafeterías, supermercados, salones de belleza, academias y otros servicios para el bienestar de los habitantes del municipio.

5.2.11 Entorno tecnológico. En el municipio de Sibundoy, tienen sede varias instituciones de carácter oficial y privado de orden local, regional y nacional, que propician paquetes tecnológicos orientados a mejorar la producción, podemos citar entre otros: Corporación Autónoma para la Amazonia, CORPOAMAZONIA; Servicio Nacional de Aprendizaje,

SENA; el Instituto Tecnológico del Putumayo, I.T.P.; Instituto Colombiano para la Reforma Agraria, INCORA; instituto Nacional para la Adecuación de Tierras, INAT, que incluyen investigación y algunas validaciones de esos paquetes tecnológicos. A pesar de ello la tecnología de los sistemas productivos es aún incipiente en el municipio, que junto a la problemática de los suelos constituye una área de conflictos que debe subsanarse con una mayor inversión.

5.3. MARCO LEGAL.

Para los propósitos del presente trabajo vamos a considerar y destacar en primer lugar los aspectos que resalta la Constitución Política Nacional⁸, CPN, cuando hace referencia a la libertad de empresa y la función social que cumple la misma, cuando en su artículo 333 expresa: “la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

⁸ CONSTITUCION POLITCA NACIONAL, Escuela de Administración Publica, Santafé de Bogotá, 1992.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitara o controlara cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitara el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la nación”.

En este orden de ideas la CPN también habla sobre la intervención del Estado en la economía del país, promoviendo la productividad, competitividad y mejoramiento de la calidad de vida de la población, al expresar en el artículo 334 lo siguiente: “La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá por mandato de la ley, en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía, con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano.

El Estado, de manera especial, intervendrá para dar pleno empleo a los recursos humanos y asegurar que todas las personas en especial las de menores ingresos tengan acceso efectivo a los bienes y servicios públicos.

También para promover la productividad y competitividad y el desarrollo armónico de las regiones”.

En lo relacionado con defunciones, traslados de cadáveres, inhumación y exhumación, trasplante y control de especímenes, el Código Sanitario Nacional de Ministerio de Salud precisa los siguientes aspectos:

- En su artículo 515 establece las disposiciones y normas tendientes a: “reglamentar la expedición y diligenciamiento de certificados de defunción y registro bioestadística de las causas de mortalidad, reglamentar la práctica de autopsias de cadáveres humanos, controlar el traslado, la inhumación y la exhumación de cadáveres o restos de los mismos cuando puedan significar un riesgo para la salud de la comunidad; controlar el traslado, la inhumación y la exhumación de partes del cuerpo humano que puedan constituir un riesgo para la salud, controlar o eliminar las condiciones nocivas para la salud humana y el medio ambiente en establecimientos destinados al depósito transitorio o permanente de los cadáveres humanos; reglamentar la donación o el traspaso y la recepción de órganos, tejidos o líquidos orgánicos utilizables con fines terapéuticos y organizar el sistema de manejo de los subproductos del parto y de control de especímenes quirúrgicos para fines de diagnóstico”.

- El artículo 516 establece las normas y procedimientos para: “La certificación y registro de la muerte de todo ser humano; registro de todas las muertes fetales, practicar autopsias de carácter sanitario mediante la utilización de órgano, tejidos o líquidos orgánicos de cadáveres para establecer las causas de la muerte, o para investigaciones de carácter científico o docente, controlar cualquier riesgo para la salud o el bienestar de la comunidad, originado por el traslado de cadáveres que en la inhumación y exhumación de cadáveres o

restos de ellos, se elimina o controle cualquier hecho que pueda constituir riesgo para la salud o el bienestar de la comunidad. Controlar en los cementerios cualquier riesgo de carácter sanitario para la salud o el bienestar de la comunidad; Controlar la obtención, conservación y utilización de órganos, tejidos o líquidos orgánicos de cadáveres o proporcionados por seres vivos para fines terapéuticos. Que todos los especímenes quirúrgicos obtenidos con fines terapéuticos o de diagnóstico sean sometidos a examen anatomopatológico, con el objeto de que los estudios epidemiológicos de morbilidad sean completos”.

- En el artículo 517 orienta los requerimientos para el certificado individual de defunción, cuando expresa: “primero todos los datos de la filiación del muerto, lugar de nacimiento y muerte, lugar de la residencia habitual, tiempo vivido y lugar donde ocurrió la muerte; en caso de muerte violenta debe certificarse si se originó por violencia accidental, homicidio o suicidio; registra la causa o causas de la muerte, antecedentes y la causa básica o fundamental así como la existencia de otros estados patológicos que hubieren podido contribuir a la defunción pero no relacionados con la causa fundamental. También hay que anotar claramente el tiempo que el paciente sufrió cierta enfermedad, si lo trató el médico o en caso contrario los medios usados por el médico no tratante para establecer la causa de la muerte, el nombre, domicilio, firma y número de registro del médico. En los casos de que no existan certificaciones médicas tratar de determinar la causa probable de la muerte, los datos de identificación. Domicilio y profesión del informante para poder contribuir a la causa de la muerte, con los datos del número de registro del certificado de defunción que será el mismo de la licencia de inhumación, lugar y fecha del registro y finalmente la

autoridad sanitaria u oficina que lo hace. Cuando lo atendió el medico, él será quien, salvo causa de fuerza mayor, expida el certificado en caso de autopsia, el mismo la practicará y quien prevalentemente expida el certificado. Si la muerte ocurre en un hospital o similar el certificado debe ser expedido por una persona encargada de esta función.

- En relación con el traslado de cadáveres el mismo código en su artículo 529 establece unos requisitos, al expresar: "Causa de la muerte debidamente certificada, tiempo del traslado con relación a la hora de la muerte, duración del traslado, medio de transporte del cadáver y condiciones climatológicas del lugar de defunción, de las regiones de transito, y del lugar de destino que puedan influir en el desarrollo de los fenómenos de putrefacción.

Si el traslado se hace fuera de los límites de la Nación se debe aplicar los convenios internacionales para este fin.

Fijar los requisitos que deberán cumplir las personas y establecimientos autorizables para embalsamamiento de cadáveres y aplicar las técnicas mas adecuadas.

Establecer condiciones que en cuanto a numero, material de fabricación y hermetismo deberán llenar los ataúdes y los embalajes de estos cuando el traslado se haga para fuera del país.

Determinar los requisitos que deben reunir los vehículos que van a realizar el traslado de cadáveres.

Establecer requisitos de ordenes sanitario que deben reunir ante consulados de la Nación, para constatación de la sanidad portuaria.

- En el artículo 530 manifiesta: "Ninguna inhumación podrá realizarse sin licencia expedida por autoridad competente".
- Y finalmente, y basados en este código, en el artículo 535 expresa: "No se permitirá ninguna exhumación sin licencia sanitaria respectiva expedida por la autoridad competente".

5.4. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL.

5.4.1 La muerte en la cultura. La muerte y sus circunstancias anexas no pueden ser entendidas, ni explicadas fuera del contexto cultural donde se presentan. Las concepciones y creencias que rodean la muerte hacen parte de la cosmovisión y del sistema religioso; y si no se tiene un claro conocimiento de éstas, se puede llegar a tildar de supersticiosas algunas de las manifestaciones socio-culturales frente a la muerte o relación con ella.⁹

Cada cultura ha explicado la muerte y la ha rodeado de prácticas y manifestaciones específicas con el cadáver; una mirada cuidadosa a estas expresiones, pone de presente, cómo el hombre muchas veces ha pensado más en su muerte que en su misma vida. La

⁹ Tomado de: LA MUERTE Y SUS MANIFESTACIONES CULTURALES, Alvaro Chavez y Eugenia Villa, UNIV-HUM, Vol. 16 No 27, enero-junio, Santafé de Bogotá, 1987.

cultura egipcia es el más claro ejemplo de ello; toda la vida del individuo estaba orientada a prepararse para el largo viaje que emprendería el día de su muerte hacia el más allá.

La concepción acerca de la muerte es cultural, aprendida de los padres a través del proceso de socialización, que es el aprendizaje de la vida, el cual paradójicamente incluye el aprendizaje de la muerte. Las actitudes hacia el cadáver, el entierro y el culto a los muertos se adquieren en este proceso y hacen parte de la tradición oral de los pueblos.

Es importante anotar que tanto las concepciones, como las prácticas relativas a la muerte, al ser parte integrantes del sistema cultural donde se presentan no son estáticas; ellas siguen la misma dinámica de cambio de las sociedades humanas. Cuando se presentan transformaciones socio-culturales, también hay transformaciones en la visión del mundo y por consiguiente en las actitudes hacia el más allá.

Desde que el hombre tuvo conciencia de su muerte, "...no ha dejado de reflexionar sobre ella, sobre su origen, sus causas, su significado, sus modalidades y sus consecuencias: Porque la muerte es sin duda, un tema profundamente humano". (Ramos, 1986; 4) y al decir de Toynbee: "Esta conciencia humana de la inevitabilidad de la muerte conlleva a un interés en la muerte, y, el interés del Hombre en la muerte provoca, a su vez, interés en lo que sigue a la muerte". (Toynbee, 1977; 10).

Quando la organización social en los grupos está dada por una amplia diferenciación de clases o castas sociales, ésta diferenciación la encontramos representada en la muerte y en

el más allá. No es raro encontrar, en estos casos, cementerios diferentes para la elite y para el pueblo, marcando así la estratificación social, aún ante un fenómeno tan universal y humano como es la muerte. Los Muisca de tiempos prehispánicos “a los Zipas o caciques de Bogotá los colocaban en sarcófagos de madera de palma, adornados con planchas de oro”, “a las gentes comunes las enterraban en simples fosas, envueltas en una manta”.(Duque, 1967;513-514).

Muchas veces la muerte de un soberano paraliza la vida de un estado, generando días de duelo, velorios y ceremonias que conducen a exaltar en la memoria colectiva, la imagen del personaje muerto. Estos personajes, por lo general, requieren de grandes y solemnes pompas fúnebres y de mausoleos construidos especialmente, que sobresalen por su tamaño. Son las cosas de un faraón egipcio, o del presidente de un estado democrático en la actualidad.

Antropológicamente, se ha afirmado que el origen de la creencia religiosa está en la muerte. Todas las religiones se han ocupado de ella; no solo para rodearla de ceremonias, sino para tratar de darle una explicación al más allá. Alrededor de la muerte gira la mayor parte del ceremonial en los sistemas mágicos y religiosos de las culturas. Es en el punto donde se tocan la religión y la muerte; donde esta última, adquiere el carácter sagrado que desde siempre le ha conferido la humanidad.

En muchas sociedades, las prácticas asociadas al culto a los muertos tienen la función social de ilustrar valores y comportamientos a los descendientes, utilizando la imagen de la

persona muerta como el ejemplo de buena conducta, valentía, heroísmo, etc,... En nuestra sociedad, con ocasión del centenario de la muerte de personas ilustres se hacen todo tipo de celebraciones con el fin de exaltar su memoria y mostrar su vida como un ejemplo para las nuevas generaciones. La relación entre vivos y muertos y la presencia de estos en este mundo es patente en muchas sociedades. En Roma los “manes” eran dioses familiares que se encargaban de las relaciones entre los hombres y sus antepasados, cuyos bustos se mantenían en un lugar preferente en la casa con el fin de rendirle homenajes y mantener viva esa comunicación.

En términos generales, este aparte lo podemos concluir de la siguiente manera:

- De todo lo anteriormente expuesto se desprende que la muerte, aunque sea un hecho físico, se ha convertido por obra humana en una de las expresiones culturales más importantes del hombre.
- La muerte es la más definitiva expresión cultural de las sociedades humanas, porque engloba y sintetiza todas las demás.
- La muerte es una constante en la vida, marcada por pautas económicas, políticas e históricas, trasciende la vida y tiene continuidad no solo en la forma y condición del entierro, sino aún en el más allá.

- El temor a la muerte, como contrapunto al amor a la vida, genera el reconocimiento a la divinidad y de un espacio y un tiempo sobrenaturales, que esperan al difunto en un futuro mítico, al cual llega con una envoltura corporal o solamente con su esencia espiritual
- Si el hombre conociera mejor su muerte, entendería mejor su vida.

5.4.2 Ritos. Los ritos, son ante todo, acciones rigurosamente prescritas, realizadas frecuentemente de forma colectiva y motivadas generalmente por una idea religiosa. Mediante los ritos se fomentan, provocan o realizan determinados procesos o acontecimientos que tienen una importancia especial para el grupo, y que normalmente se repiten periódicamente en unas épocas determinadas.

Los rituales se hacen necesarios porque con ellos se trata de despedir la persona que a muerto de los miembros de la comunidad, y llevarla donde se encuentran las almas de los que murieron antes que él, generalmente, a través de penosos caminos, llenos de peligro. En palabras de Eliade: “En lo concerniente a la muerte los ritos son tanto más complejos por cuanto se trata simplemente de un fenómeno natural (la vida a el alma que abandona el cuerpo), sino de un cambio de régimen a la vez antológico y social; el difunto debe afrontar ciertas pruebas que conciernen a su propio destino de ultratumba, pero así mismo debe ser reconocido por la comunidad de los muertos y aceptado entre ellos”.(Eliade, 1967;155-156). Se puede afirmar, sin temor a equivocarse, que el rito de pasaje de la muerte es le más importante de nuestra existencia como especie; porque si bien el hombre muere también es

cierto que humanizó su muerte y le dio vida cultural. Si bien el hombre es el único animal que entierra a sus muertos, no es el único que los llora.

5.4.2.1 Muerte y funerales en los camentsa. Según los antiguos y la tradición de los mayores “transcurridas las ceremonias del cementerio, se invitaban entre parientes y amigos a consumir las ofrendas en honor de los muertos. Después de la comida funébrica, el dueño de la casa e invitados derramaban un poco de chicha de la primera copa sobre el piso, pronunciando una invocación a la salud del difunto familiar, cuya práctica ceremonial era de rigor para el refrigerio del alma en la otra vida y en esta para no embriagarse en todo el decurso de la bebida. Mas tarde en el bullir del mejor animo de conversación por las libaciones fermentadas, el dueño de casa suministraba instrumentos musicales a los convidado para dar principio a los bailes de carnavales que tanto agradaban, como una manera de hacer apreciar mejor las diversiones de esas grandes fiestas.

La fiesta clásica de los muertos marcaba un recuerdo anual, cuya memoria va atenuando paulatinamente a medida que los parientes y descendientes de la comunidad van pasando al mundo al mas allá con los ritos acostumbrados. Antiguamente los naturales creían que el individuo de buena muerte antes de ser inhumado el cuerpo, su alma debía asistir a la ultima misa en la iglesia de santo domingo en Pasto (Nariño), en la cual se encontraba el Santo Cristo de Sibundoy, para cuya asistencia se apareció a un amigo intimo de la misma comunidad invitándole al acto religioso sin darle a conocer su fallecimiento. Posteriormente retornaba al mundo el día del aniversario con el fin de estar presente en la misa dedicada en su nombre y luego participar de la ofrenda ritual. Este privilegio especial obtenía aquella

alma que en ese día que había sido liberada del lugar de tormentos, y antes de dirigirse a su destino final que es el cielo, regresaba al mundo para agradecer el favor de su salvación al santo Cristo de Sibundoy, preciosa imagen de su devoción durante su vida en la ciudad de Pasto”⁹.

En términos generales, los Camentsa siguen un ritmo de vida con parámetros autóctonos, pero que en su incorporación paulatina a las costumbres de los mestizos y foráneos, ya no poseen su sabor original. Se observa que esta incorporación se viene operando desde el siglo XVI, y que, si se han perdido detalles llamativos para la mentalidad occidental, han mantenido dos valores sumamente importantes: la raza y la lengua.

5.4.3 Generalidades del marketing. Los siguientes aparte son tomados del documento de la Biblioteca Cinco Días¹⁰ cuyas actividades se relacionan con la orientación a la pequeña y mediana industria

¿Qué es marketing?

Marketing es todo lo relativo al suministro de productos y servicios a los clientes. Es más que sólo vender, es descubrir las necesidades reales de los clientes potenciales y después satisfacer sus necesidades con un beneficio. Es suministrar productos y servicios que los

⁹ Tomado de: CANCHALA, Humberto,

¹⁰ Tomado de: EL MARKETING EN LA PEQUEÑA Y MEDIAN EMPRESA, Biblioteca Cinco Días, Madrid, España, p.p. 15-23.

clientes comprarán, más que tratar de vender productos que se hacen casualmente. Por esta razón, el marketing realmente empieza antes de la fabricación del producto.

El marketing tiene dos significados: como una filosofía organizativa y como una función de compañía.

Como filosofía organizativa, el marketing es una filosofía que abarca de todo, e incluye los clientes de todas las organizaciones, tanto con fines no lucrativos como las iglesias, fuerzas de policías, hospitales, etc., como aquellas compañías que buscan el beneficio. Tiende a ser teórico y es el objeto de muchas investigaciones académicas.

Como función de compañías el marketing incluye numerosas actividades prácticas como investigación de mercados, catalogación de productos, publicidad, promoción, venta y servicios, y tiene cierto grado de responsabilidad y autoridad en las funciones de producción, finanzas y personal.

5.4.3.1 Producto. Los productos y servicios definen las oportunidades de ventas y beneficios. Sin producto o servicio no se tiene nada para comercializar. Pero no se deben desarrollar los productos aisladamente; debe tenerse en cuenta un mercado específico y en línea con el conjunto de objetivos superiores. Los consumidores deben querer los productos o utilizar sus servicios porque les da un mayor valor.

El conjunto total de productos es el mix de producto, y debería relacionarse con el mix de venta: las diferentes cantidades de productos compradas por los clientes. Sin embargo, mientras que decide el mix de productos, son los clientes los que deciden el mix de venta.

Utilizando el marketing para potenciar los negocios se asegurara que el mix de producto esta relacionado con el mix de ventas: que no se esta tratando de incrementar las ventas de productos menos rentables; que no se esta prolongando la vida de un producto a expensas de oportunidades con beneficio; que no se introduce un nuevo producto sin tener el adecuado conocimiento del mercado.

5.4.3.2 Precio. Se permanece en el negocio en tanto en cuanto los consumidores estén dispuestos a pagar el precio. El precio le proporciona el beneficio y el beneficio no paga solo los gastos de hoy, genera las reservas para el futuro cuando el negocio no sea tan boyante. El beneficio le indica el éxito en encontrar, satisfacer y mantener a sus consumidores.

El precio es una herramienta del marketing flexible. Tan flexible que de hecho se usa a menudo e indiscriminadamente: si se baja el precio se incrementan las ventas, pero caen los beneficios. Si se va a competir en precios, se debe ser eficiente y estar preparado para el contraataque de los competidores.

El precio puede ser fijado desde un mínimo hasta un máximo: en ello se basan las políticas de precios bajos o altos.

5.4.3.3 Distribución. Tener los productos en la fábrica, guardados en el taller o en el garaje después de fabricarlos, no sirve de nada para un cliente potencial en otra ciudad. A menos que sea un gran maestro clásico los clientes difícilmente vendrán a buscar el resultado del trabajo. Los productos solo se venderán si está en el lugar correcto para que el cliente los compre.

Una buena distribución es tener la mercancía en el lugar correcto, en el momento preciso. Aplicando una buena norma de marketing, debería también tener allí el producto adecuado al precio correcto.

Se pueden distribuir productos de tres formas principales:

- Directamente al usuario.
- A través de intermediarios tales como almacenistas o minoristas
- A través de mas de un intermediario, tal como agentes, concesionarios, mayoristas, detallistas y franquicia dos.

Los pequeños negocios tienden a concentrarse en áreas locales y tratar directamente con el consumidor. Aunque cuanto mas cerca se esta del usuario mayor es el costo, el control sobre el proceso de venta es mayor.

5.4.3.4 Promoción y publicidad. Siempre se esta dispuesto a ver los frutos de su trabajo, pero si los clientes no están dispuestos a comprar, hay que realizar publicidad. Se debe hacer publicidad en el momento preciso, para los clientes, no necesariamente el productor.

Se debe hacer publicidad de manera correcta, esto es, usando el medio adecuado. No importa lo bueno que sea el producto o lo brillante que sea la publicidad, si se anuncia las personas equivocadas, no venderá mucho.

Es muy fácil gastar dinero en publicidad, así que es necesario obtener lo mas posible de lo que se ha gastado. Los cinco medios para la publicidad son:

- Todas las formas de prensa, diarios, revistas, revistas profesionales y técnicas.
- Televisión comercial.
- Publicidad exterior.
- Radio.
- Cine.

Cada uno de ellos controlado por organizaciones independientes que investigación que informan del dinero gastado por las compañías a los principales medios de comunicación, y en un grupo seleccionado de los medios secundarios. Así, se puede utilizar la información. Hay otras posibilidades de publicidad mas atractivas para las pequeñas empresas. Aquí se incluirían exhibiciones, ferias, correos directo, concursos, competiciones, merchadising y folletos de venta.

Tanto si se utiliza la comunicación de palabra, pequeños anuncios, anuncios de radio o comerciales de televisión, se debe decir a los clientes potenciales como pueden obtener los beneficios del producto o servicio. Los cinco puntos principales a considerar son:

- ¿A quien se esta dirigiendo?
- ¿Qué se esta tratando de conseguir?
- ¿Por que le compraran a Ud. sus clientes potenciales?
- ¿Que pruebas de los beneficios del producto pueden ofrecerse?
- ¿Como se identifica el producto o servicio con Ud.?

5.4.3.5 Servicio. El destino de una pequeña empresa a menudo esta solamente en su habilidad para dar un buen servicio. Lo que los clientes consideran “buen valor” es frecuentemente, en realidad, el servicio que le acompaña.

La mayoría de las ventas requieren algún servicio antes de que la compra real tenga lugar. Se tiene que preparar presupuestos u ofertas para conseguir ordenes de compra, esto es, servicio preventa, por los que no se paga, sino que se cargan a los gastos generales. A menos que se controlen estos gastos, pueden escaparse de las manos y erosionar los beneficios.

Cuando sus agentes y vendedores progresan en las ventas con los clientes potenciales, necesitaran un adecuado conjunto de ayudas de venta para hacer el trabajo. Un vendedor

que no pueda hacer frente a la mayoría de las cuestiones que le planteen los clientes sin recurrir a la central cuando estas surgen, no está sirviendo adecuadamente.

El servicio posventa ayuda a mantener el producto vendido. El producto vendido dictará la cantidad y clase de servicio necesario para mantener a los clientes satisfechos.

Para las pequeñas empresas, el servicio no es solo el elemento más importante para determinar el éxito, es una de las cosas que permiten llegar a la excelencia.

5.4.3.6 Oportunidades y objetivos. El entorno en que se coopera contiene factores externos sobre los que se tiene poco o nulo control. A pesar de ello, ofrecen oportunidades para el éxito. Se debe conocer como enfrentarse a ellos.

Conocer lo que los consumidores consideran valioso, y lo que compran, es fundamental y determinante tanto para la naturaleza del negocio y lo que se produce, como para saber si se prospera o no. Los clientes son la base del negocio, sin ellos se fracasará. Este es el propósito real del marketing: Encontrar clientes. Los beneficios reflejan el acierto en encontrarlos y satisfacerlos.

Los productos deben estar relacionados con los mercados objetivos, y ser suficientemente atractivos en comportamiento y precio a los clientes como para que compren. Un mercado está formado por personas con necesidades, los medios para satisfacer estas necesidades y la capacidad para satisfacerlos. Tales necesidades pueden o no ser conocidas para ellos;

dos de las tareas principales de marketing son encontrar dichas necesidades y entonces orientar los productos y servicios hacia el mercado objetivo. Esto crea el marketing y sus oportunidades: desarrollar productos y servicios para satisfacer las necesidades percibidas de los clientes, y suministrar los productos a precios que den beneficio para el negocio.

Si se da poca importancia a las necesidades de sus clientes, pero ofrecen productos que se han desarrollado en un cuarto trastero, garaje, taller o fábrica, en vez de haberlos diseñado para un mercado objetivo, será superado en ventas por los competidores que estén orientados al marketing.

5.4.3.7 Segmentación de mercado. Un segmento de mercado es una parte del mercado total. Para una pequeña empresa es casi imposible atender a todo el mercado; éste tiene que ser dividido en partes más pequeñas y manejables. Deben ser suficientemente grandes en tamaño como para proporcionar negocio adecuado para todos los competidores.

Obviamente, el mejor segmento para una pequeña empresa que acaba de empezar es el geográfico, lo más próximo posible a su base: puede ser definido claramente y los clientes atendidos rápido y eficazmente. Cuando más dispersos estén los clientes en el mercado, más desfavorable es la posición para la pequeña empresa.

Si se tiene un producto para un mercado disperso, se debe capitalizar el conocimiento que adquiere sobre dicho segmento. Cualquier desarrollo futuro de productos debe llevarse a

cabo con un segmento en mente. De esta forma logrará edificar grandes participaciones de un mercado pequeño. La segmentación es vital para el éxito de una pequeña compañía.

5.4.3.8 Predicción de ventas. Hasta que no se hace una predicción de ventas, no se puede hacer ninguna planificación realista. Si no se tiene idea del número de productos o de la cantidad de servicios que espera vender el año siguiente, no se podrá saber la cantidad de dinero que necesita para financiar la operación. No se sabrá la cantidad de materiales que se debe pedir, ni cuantos productos se deberá fabricar. No se sabrán los accesorios que se necesitan, o si tiene el tiempo necesario para cumplir la previsiones.

La previsión de ventas es la herramienta de la planificación inicial para el negocio. Todos los planes empiezan con una predicción de ventas implícita o explícita. Incluso tener una predicción vaga es mejor que no tenerla; al menos tendrá algo con lo que empezar. Las previsiones deben hacerse para un periodo de un año o más, y distribuirse en meses o semanas. Se deben dejar probables variaciones de ventas debidas a fluctuaciones estacionales. Las previsiones deben hacerse en términos de valor o volumen, o lo que sea mas apropiado para el negocio. Tan pronto como comience sus operaciones se compararan los progresos frente a previsiones y se realizaran los ajustes necesarios en los recursos de marketing.

Una previsión de ventas es realmente la estimación de la participación del mercado total que se espera alcanzar. Si se piensa que la previsión de ventas es difícil, espere hasta que trate de predecir el mercado total y una participación de mercado.

6. ASPECTOS METODOLOGICOS.

6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Antes de entrar a detallar y precisar elementos relacionados con la investigación adelantada, como consecuencia del trabajo de grado Estudio de Factibilidad para la Instalación de una Sala de Velación en Sibundoy, es necesario definir el tipo de investigación que corresponde a la forma DESCRIPTIVA porque “este tipo de investigaciones describe de modo sistemático los fenómenos que se propone estudiar, ya sea una situación, un suceso, un proceso; las características de una población, un sujeto, un objeto, etc., para poder avanzar en la solución de los problemas, precisar las condiciones existentes en ese momento, interpretar y analizar el significado e importancia de lo que se describe y presentar propuestas de solución a los problemas encontrados”¹⁰.

Con estas consideraciones, entonces el trabajo citado se enmarca como una investigación DESCRIPTIVA, puesto que la misma permite entre buscar una serie de acontecimientos que se vienen manifestando en la comunidad de Sibundoy, en todo lo relacionado con las vicisitudes y obstáculos, de orden social, religioso, cultural y psicológico, que se presentan cuando existe un deceso en el seno de una familia.

¹⁰ CARVAJAL, Justina, Metodología de la investigación Científica, CESMAG, San Juan de Pasto, 1995, p. 43.

Las manifestaciones existentes y las practicas permanentes alrededor del ritual de velación de un cadáver, permite utilizar este tipo de metodología, pues es la que mejores y óptimos resultados se espera obtener y sobre manera, el análisis que resulta del mismo, motiva a plantear alternativas de solución a los problemas que se presentan y experimentan los familiares y la sociedad de Sibundoy cuando se muere una persona.

El tipo de investigación facilita y permite utilizar, por parte del que viene adelantando el trabajo, otras técnicas, como por ejemplo, la observación, algunos diálogos con potenciales clientes de la sala de velación y entrevista con dueños de salas de velación en la ciudad de Pasto, con el fin de completar y fortalecer los argumentos para el desarrollo del estudio.

6.2. HIPÓTESIS.

La hipótesis es una proposición formulada en la mayoría de los casos como explicación de algo, o es una suposición de algo que esta sucediendo. Por tanto, las hipótesis para el presente trabajo son las siguientes:

- Los velorios de los difuntos en las casas de habitación ocasionan numerosas dificultades e incomodidades a los familiares y amigos.
- La sala de velación tiene una positiva aceptación entre la comunidad de Sibundoy.
- En el municipio de Sibundoy no existe una sala de velación.
- La demanda de este servicio traería beneficios a los empresarios y a los dolientes.

6.3. VARIABLES.

Teniendo en cuenta que “variable es una propiedad, característica o un atributo que puede darse o no darse en ciertos sujetos u objetos, o puede darse en grados o modalidades diferentes. Las variables son conceptos clarificativos que permiten ubicar a los individuos en categorías o clases y son susceptibles de identificación y medición”¹¹. Por consiguiente para la precisión y determinación de las variables que hacen parte del trabajo propuesto, las identificaremos de la siguiente manera:

- Son variables colectivas porque representan propiedades que caracterizan a colectivos o grupos; por ejemplo, para el caso que estamos tratando, está el colectivo de los potenciales familiares de los difuntos, con miembros de familiares que hayan tenido difuntos; todos ellos hacen parte de la comunidad de Sibundoy y que en cualquier momento pueden utilizar los servicios de la sala de velación.

- Y son variables analíticas porque algunas propiedades se obtienen al realizar algunas operaciones matemáticas, las que representan características de los grupos objetos de estudio en este trabajo.

¹¹ BRIONES, Guillermo, Método y Técnicas de Investigación para las ciencias sociales, Editorial Trillas, p. 34.

6.4 TECNICA UTILIZADA.

En este trabajo se ha utilizado la técnica de la ENCUESTA con tipo de preguntas, en su mayoría, cerradas. Se formularon 15 preguntas con el fin de recoger del potencial mercado, la máxima información y lograr los objetivos del trabajo de estudio.

Las encuestas y los diferentes diálogos realizados con jefes de familia, dueños de locales de velación en la ciudad de Pasto, personas afectadas por la muerte de algún ser querido, han servido para detectar en el sitio y en el medio las variadas manifestaciones sobre la viabilidad de instalar una sala de velación en el municipio de Sibundoy.

6.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.

Es importante resaltar que para los propósitos de este trabajo, el objeto de estudio es la ciudadanía de Sibundoy, en donde existen actualmente, según el SISBEN Municipal, 1438 familias, de las cuales se ha seleccionado los niveles cuatro, cinco y seis, los que suman las 487 familias. Se ha escogido esta población porque es la que más probabilidades tiene de comprar el servicio que se prestará al instalar la sala de velación, pues esta muestra de las familias es la que tiene más de dos salarios de ingresos mensuales y es la que culturalmente acepta esta clase de servicios con mayor facilidad; sin embargo, es importante aclarar que al tomar la anterior muestra no significa que los otros estratos sociales de la población existentes en Sibundoy, bajo los criterios del SISBEN Municipal, se los descarte y dejen de ser clientes potenciales; por el contrario continúan siendo clientes

activos para hacer uso de la sala de velación; este caso hace alusión a la población de los niveles cero, uno, dos y tres, los que pertenecen los indígenas y los colonos del municipio, respectivamente.

Sin embargo, para el desarrollo y aplicación de las encuestas se tomará aleatoriamente cualquier clase de personas, sin diferenciar los niveles arriba mencionados, pues se espera obtener resultados, hablando de ingresos mensuales, de familias con ingresos menores a los dos salarios mínimos que opinaran sobre los servicios de la sala de velación y no se puede descartar la posibilidad de que estas personas también manifiesten el deseo de utilizar estos servicios.

Entonces para determinar la muestra y sobre ella realizar la encuesta, se procede a aplicar la siguiente fórmula:

$$H = \frac{Z^2 \times S^2 \times N}{d^2(N-1) + (Z^2 \times S^2)}$$

N = TAMAÑO DE LA POBLACIÓN.

d = GRADO DE PRECISIÓN = 0.05

S = DESVIACION DE LA POBLACIÓN = 0.5

Z = NIVEL DE SIGNIFICACION = 1.96

H = MUESTRA A BUSCAR.

Una vez definidos los términos de la anterior ecuación, se procede a buscar la muestra, así:

$$H = \frac{(1.96)^2 \times (0.5)^2 \times 487}{(0.05)^2 (487 - 1) + (1.96)^2 \times (0.5)^2}$$

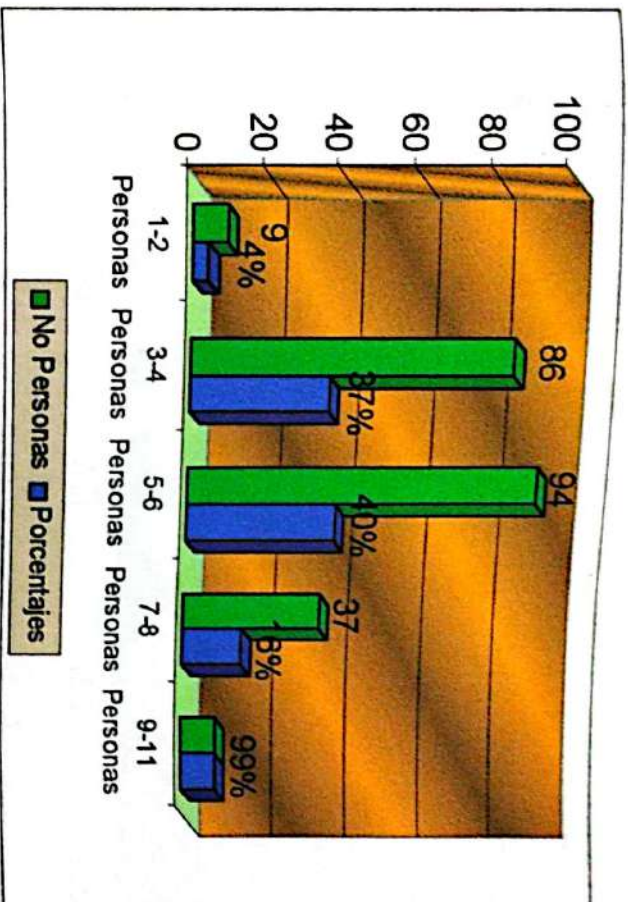
Al realizar las respectivas operaciones el resultado de la muestra es: $H = 235$ personas.

Una vez definido la muestra, a continuación se procede registrar las preguntas que se realizaron a la 235 personas encuestadas.

6.5.1 Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas.

1. De cuántas personas se componen su familia?	INTEGRANTES NUCLEO FAMILIAR.									
	1-2		3-4		5-6		7-8		9-11	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	9	4	86	37	94	40	37	16	9	3

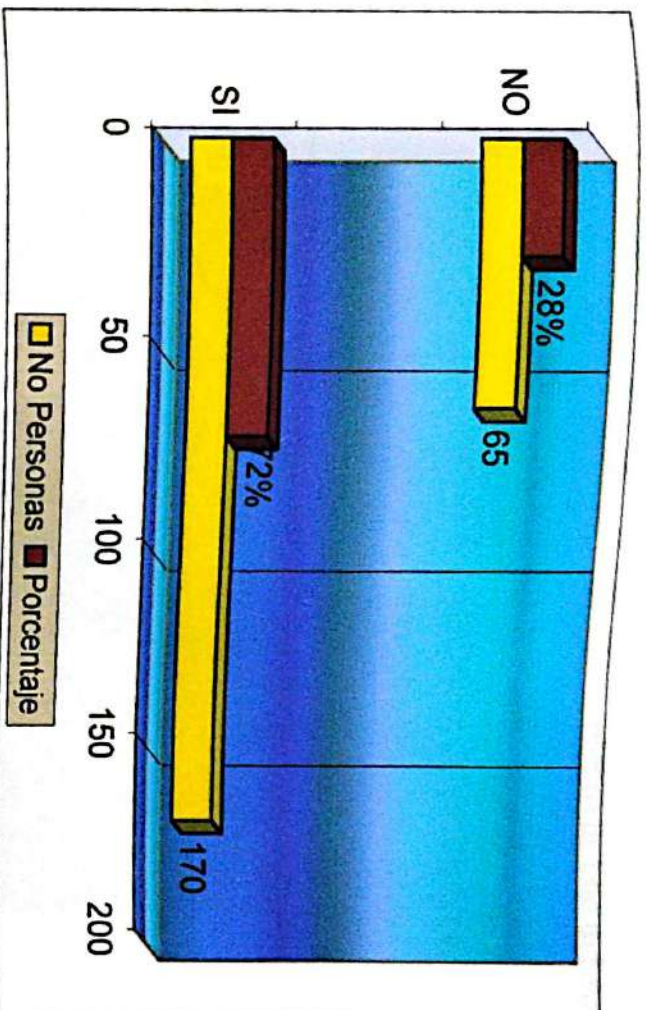
Las personas encuestadas, a esta pregunta respondieron: el 4% esta conformada entre una y dos personas, el 37% está integrado de tres a cuatro personas, el 40% conformada entre cinco y seis personas, integran la familia entre siete y ocho personas el 16% y hacen parte de la familia entre nueve y once el 3%. Es decir, el promedio de las familias en el municipio de Sibundoy es grande, pues más del 96% de los encuestados, es decir 226 personas, tienen una familia de más de tres personas.



GRAFICA 1. Integrante del núcleo familiar de Sibundoy.

2. Tiene casa propia?		SI	NO
N	%	N	%
		170	72
		65	28

En el municipio de Sibundoy, de los encuestados, respondieron: el 72%, es decir 170 personas, manifiesta tener casa propia y el 28%, es decir 65 personas, no tienen vivienda. Para los propósitos de este trabajo tanto los que tienen casa como los que no la poseen pueden utilizar los servicios de la sala de velación. Tal vez vale la pena resaltar que los que poseen casa propia tienen más facilidad para atender las demandas que se presentan ante a la situación dolorosa de tener en el núcleo familiar a un difunto.

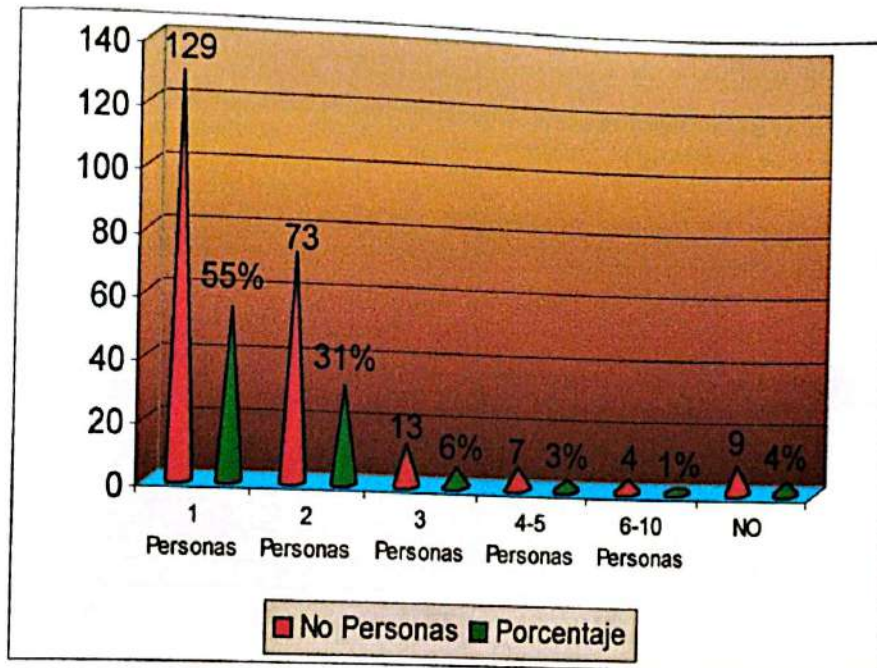


GRAFICA 2. Propietarios de casa.

3. Quiénes trabajan en casa?	NUMERO PERSONAS QUE TRABAJAN EN CASA.											
	1	2	3	4-5	6-10	NO	N	%	N	%		
	12	55	73	31	13	6	7	3	4	1	9	4

Respecto a las personas que trabajan en casa, los encuestados expresaron: el 55% manifiesta que solo trabaja una persona, dos personas contestaron el 31%, el 6% manifestaron que tres personas, entre cuatro y cinco personas contestaron el 3%, el 1% manifestaron que en su casa trabajan entre seis y diez personas y no responden el 4%. Los

ingresos que llegan a la familia son significantes para los propósitos de este trabajo, pues la situación dolorosa de tener un familiar muerto demanda numerosos gastos.

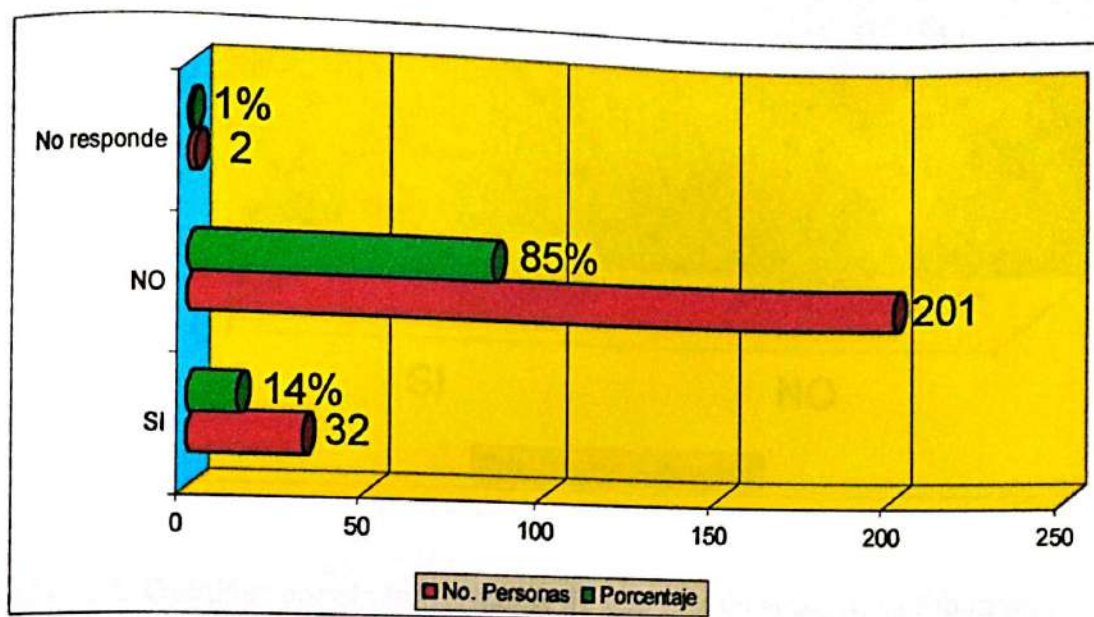


GRAFICA 3. Personas que trabajan en casa.

4. Tiene algún seguro o póliza que les cubra gastos de entierro?	SI		NO		NO RESPO.	
	N	%	N	%	N	%
	32	14	201	85	2	1

De las 235 personas encuestadas, el 14% tiene póliza para gastos de entierro, el 85% no tiene y no responden el 1%. Generalmente las personas no tienen previsión para adquirir

una póliza que ampare gastos de entierro, porque siempre se deja para lo ultimo estas decisiones y muchas veces no se tienen en cuenta para nada. Las familias no tienen tiempo para pensar en la muerte y en caso de suceder no se prevé los gastos que el acontecimiento demanda.

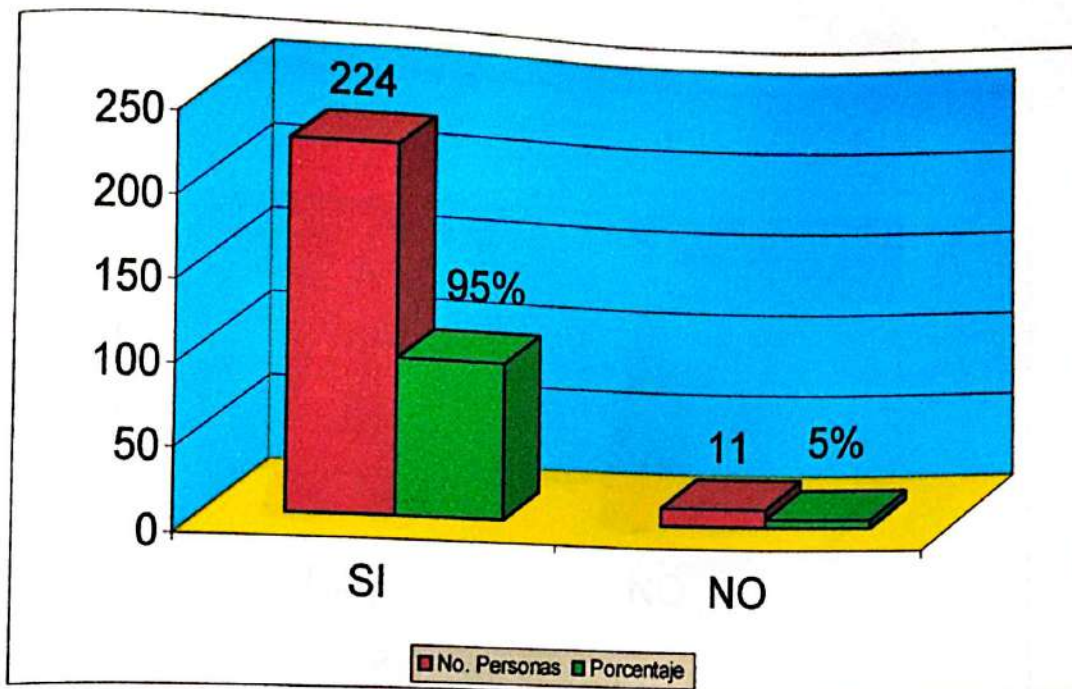


GRAFICA 4. Póliza para gastos de funeral.

5. Le parece importante la instalación de una sala de velación en Sibundoy?	SI		NO	
	N	%	N	%
	224	95	11	5

El 95% les parece muy importante una sala de velación para Sibundoy y el 5% manifiesta que no. La aceptación de los encuestados es alto, las cifras así lo demuestra, hacia la existencia de una sala de velación en el municipio de Sibundoy. Es decir, 224 personas

están completamente de acuerdo en que se instale una sala de velación y el rechazo lo manifestaron sólo 11 personas encuestadas.

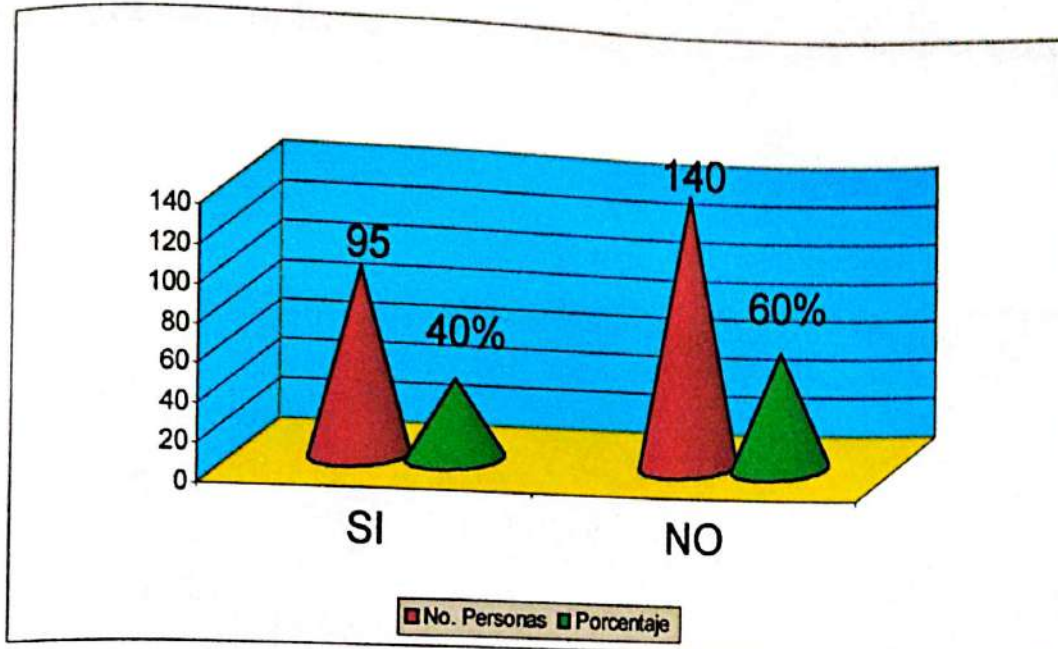


GRAFICA 5. Opinión sobre la importancia de una sala de velación en Sibundoy.

6. La casa donde vive tiene sala amplia que le pueda servir para velar algún familiar?	SI		NO	
	N	%	N	%
	95	40	140	60

Respecto a esta pregunta los encuestados respondieron: existen 140 personas que no tienen espacio suficiente para velar a una persona y solamente 95 personas dicen que si poseen el espacio para hacerlo. Es decir, 60% de las personas no tienen espacio suficiente para velar a un familiar y 40% de los encuestados expresan que si tienen el espacio necesario para estas

circunstancias. Tácitamente estas respuestas le están dando viabilidad a la instalación de una sala de velación en el municipio de Sibundoy.

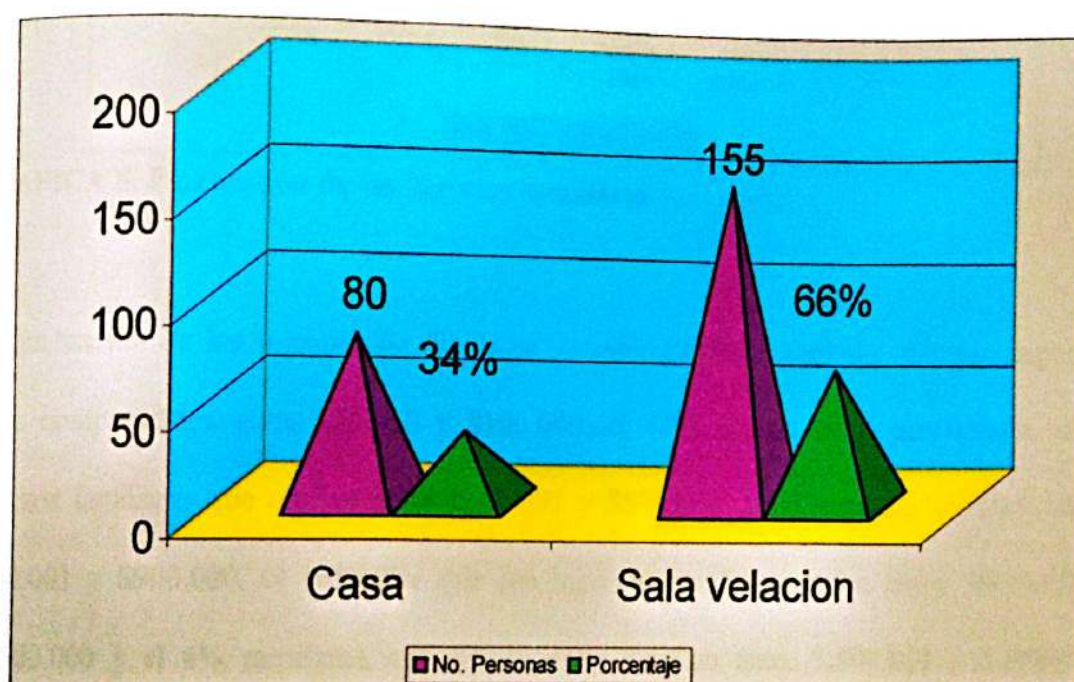


GRAFICA 6. Opinión sobre el espacio de la casa para velar a un familiar.

7. En caso de muerte querría velar al familiar en su casa o una sala de velación?	CASA		SALA VELACION	
	N	%	N	%
	80	34	155	66

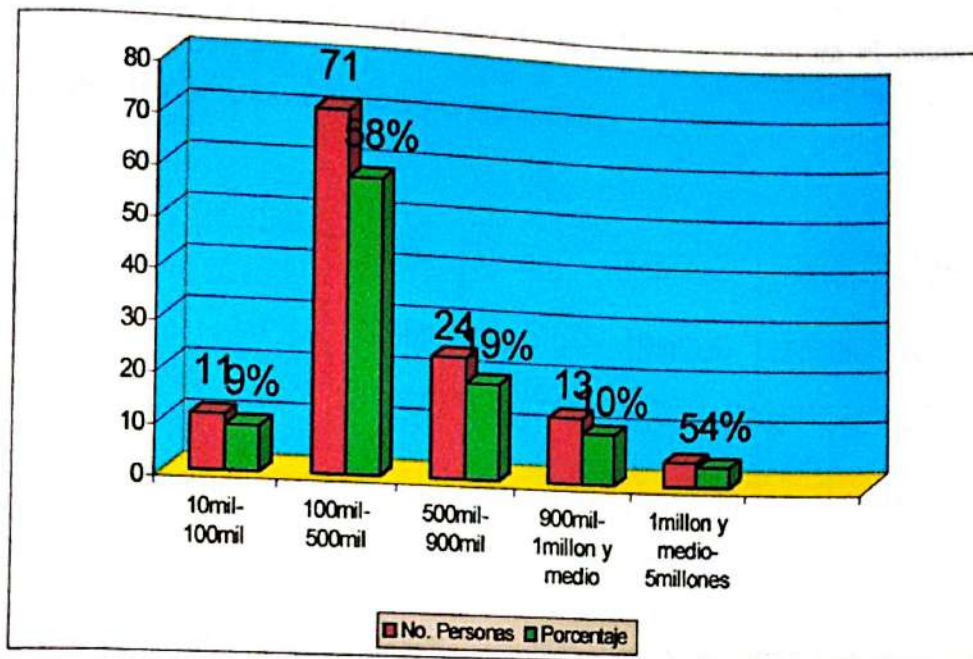
El 66% manifiesta que desea velar a su familiar en una sala de velación y el 34% lo haría en su casa. En otras palabras, 155 de los encuestados manifiestan que desearían velar a su familiar en una sala de velación y 80 personas dicen que lo harían en la casa. Una vez mas

la aceptación y prelación por la instalación de una sala de velación en Sibundoy es pertinente y oportuno. Esta pregunta es un refuerzo a las respuestas expresadas en la anterior pregunta en relación ha que un alto número de encuestados no tienen el espacio suficiente para velar a un familiar en su casa y ahora demuestran que lo harían en la sala de velación.



GRAFICA 7. Opinión sobre el lugar de velación.

8. Cuánto devenga en conjunto la familia?	20000-100000		100001 - 500000		500001 - 900000		900001 - 1500000		1500001 - 5000000	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	11	9	71	58	24	19	13	10	5	4



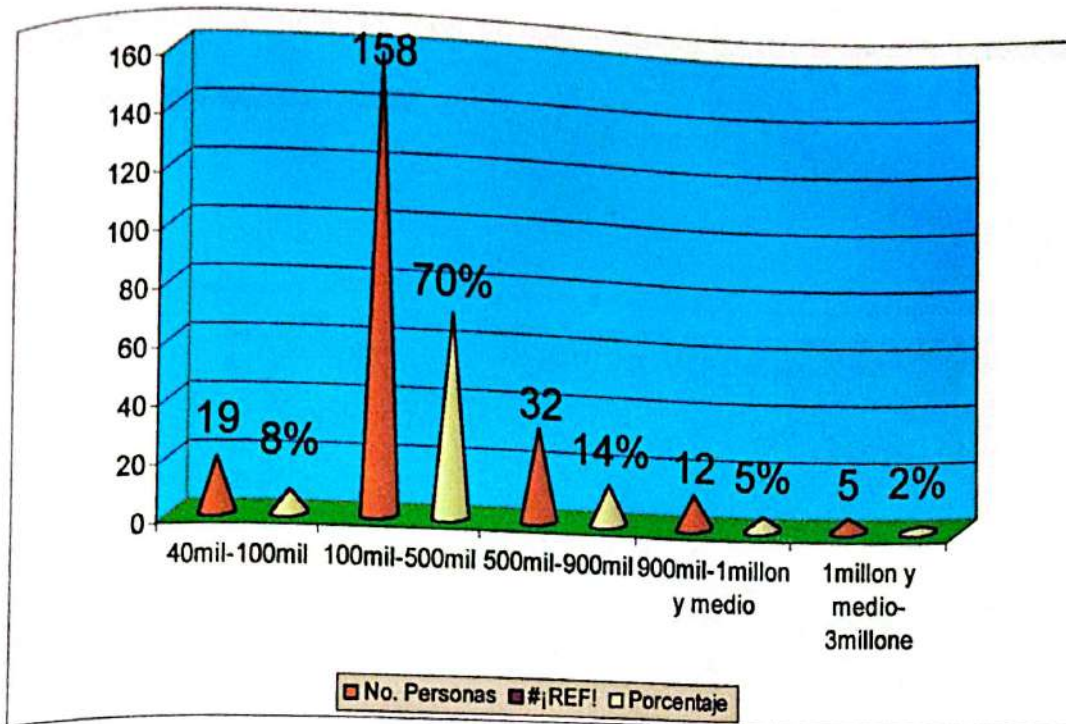
GRAFICA 8. Fluctuación de los ingresos familiares.

La fluctuación de los ingresos familiares es variado. El 9% manifiesta que sus ingresos están comprendidos entre \$20.000 y \$100.000, el 58% se encuentra percibiendo unos ingresos familiares que oscilan entre \$100.001 y \$500.000, el 19% posee ingresos entre \$500.001 y \$900.000, el 10% dice que sus ingresos familiares varían entre \$900.001 y \$1.500.000 y el 4% manifiesta que sus ingresos fluctúan entre 1.500.001 y 5.000.000 mensuales. Es importante destacar que esta pregunta no fue respondida por los 335 encuestados sino por 124 personas. Existe mucho recelo de parte de los encuestados en responder esta clase de preguntas porque se cree que esta información puede revertirse negativamente en el seno de la familia. Por tanto, hay un alto porcentaje de los encuestados que ganan conjuntamente con la familia más de dos salarios mínimos mensuales. Las familias que sobrepasen la franja de los dos salarios mínimos mensuales son los clientes

potenciales para sacar adelante la instalación de la sala de velación en el municipio de Sibundoy. En esta franja están el 33% de los encuestados.

9. Cuánto gastan mensualmente en la familia?	40000-100000		100001-500000		500001-900000		900001-1500000		1500001-3000000	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	19	8	158	70	32	14	12	5	5	2

Los gastos que se producen en la familia, también tienen una gran variación, pues las respuestas fueron: el 8% gasta entre \$40.000 y \$100.000 mensuales, el 70% invierte mensualmente entre los \$100.001 y \$500.000, el 14% varia sus gastos al mes entre \$500.001 y \$900.000, el 5% gasta entre \$900.001 y \$1.500.000 mensuales y un 2% entre \$1.500.001 y \$3.000.000. El 21% de los encuestados manifiestan gastar más de dos salarios mensuales, el 12% menos de los que perciben más de dos salarios mínimos mensuales, teniendo en cuenta la pregunta anterior. Estos datos son poco fiables porque en la pregunta anterior solo respondieron 124 personas y en la actual han contestado 226 personas; sin embargo existe un margen de personas que al percibir más de dos salarios y gastar más de esta cifra, tienen la posibilidad de manejar algunos pocos ahorros para motivar, hacia el futuro, la utilización, en algún momento, de la sala de velación.

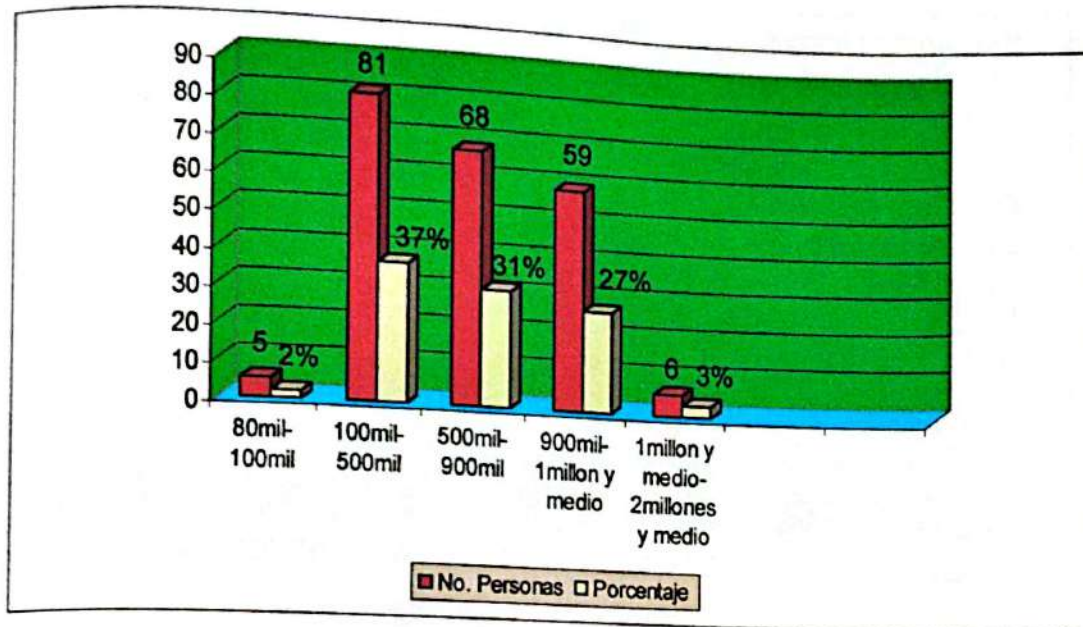


GRAFICA 9. Egresos mensuales en la familia.

10. Cuánto cree Ud. que gasta en la muerte de un familiar?	80000-100000		100001-500000		500001-900000		900001-1500000		1500001-2500000	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	5	2	81	37	68	31	59	27	6	3

La gente a esta pregunta respondió lo siguiente: el 2% cree que gasta entre 80.000 y 100.000 pesos, el 37% entre 100.001 y 500.000 pesos, el 31% entre 500.001 y 900.000, el 27% entre 900.001 y 1500.000, y el 3% entre 1500.001 y 2.500.000 pesos. Entre las personas encuestadas existe conciencia de que la muerte de un familiar demanda gastos considerables. Esto refuerza la posibilidad de la instalación de la sala de velación en Sibundoy porque al momento del dolor y la tragedia familiar los gastos económicos poco

significado tienen a cambio de hacer un buen velorio y brindar la atención necesaria a los amigos y compañeros del difunto.

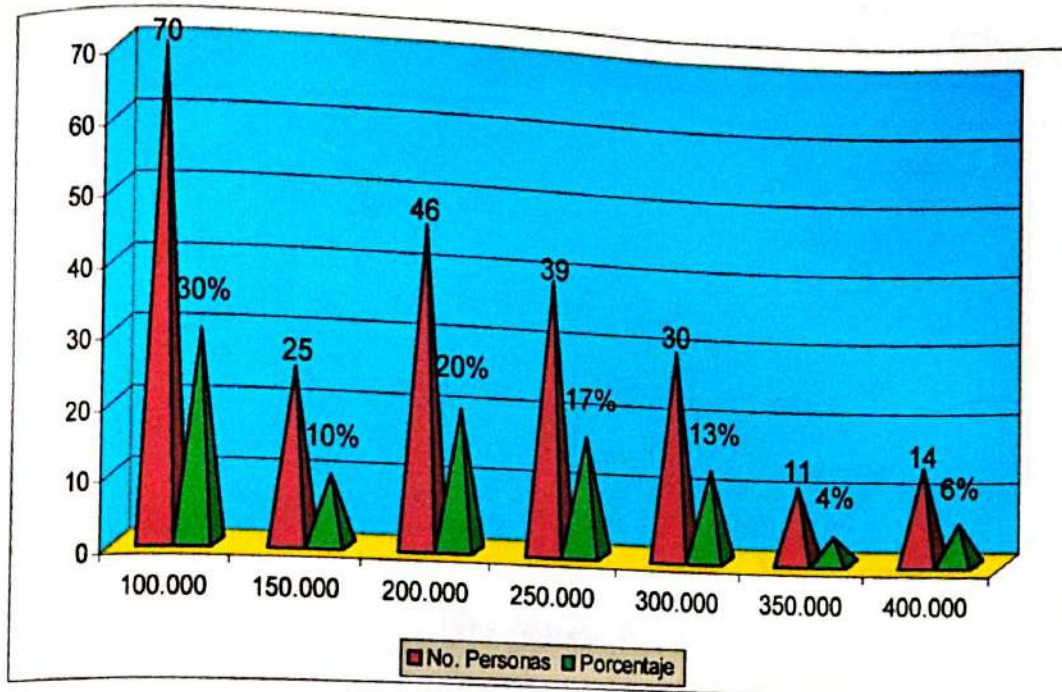


GRAFICA 10. Opinión sobre los gastos funerales.

11. ¿Teniendo en cuenta sus ingresos que caja mortuoria escogería?	100000		150000		200000		250000		300000		350000		400000	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	70	30	25	10	46	20	39	17	30	13	11	4	14	6

Entre los siete rangos que tiene la posibilidad esta pregunta, las personas encuestadas contestaron: el 30% escogería una de \$100.000, el 10% seleccionaría una caja de \$150.000, el 20% una caja de \$200.000, el 17% de \$250.000, el 13% una caja de \$300.000, el 4% una de \$350.000 y el 6% escogería una caja de \$400.000. En términos generales, una vez más,

las personas tienen conciencia de los gastos que representan tener entre los familiares un muerto y no dudan en escoger una caja mortuoria de buena calidad.

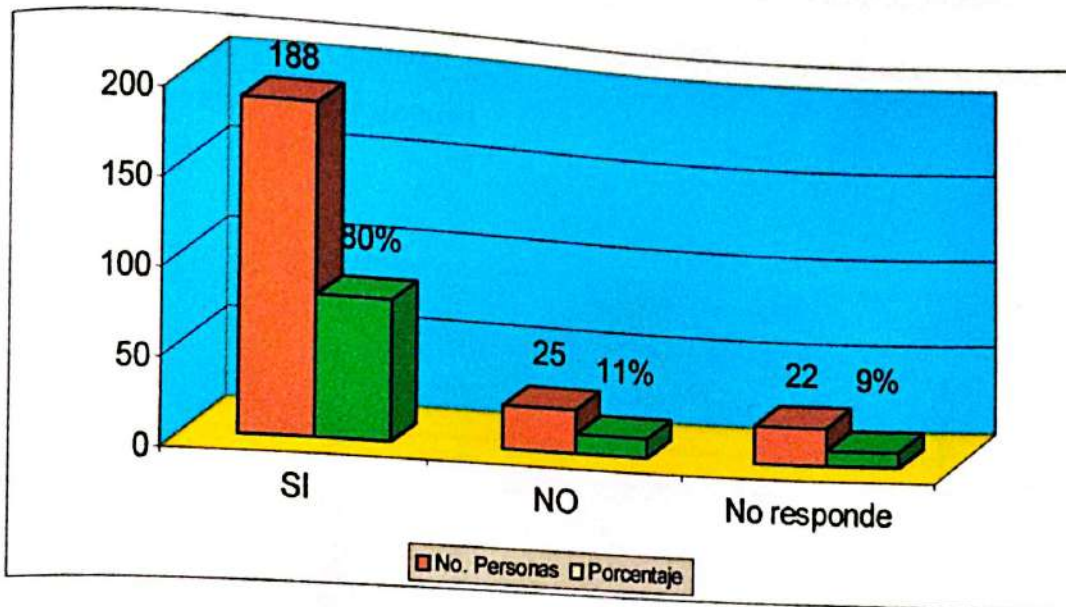


GRAFICA 11. Opinión sobre el valor de la caja mortuoria.

12. Estaría dispuesto a utilizar los servicios de la sala de velación?	SI		NO		NO RESPON.	
	N	%	N	%	N	%
	188	80	25	11	22	9

Existe excelente acogida por la sala de velación. Las personas respondieron: el 80% que si, el 11% que no y el 9% no respondió esta pregunta. Es decir, están de acuerdo que se instale una sala de velación en Sibundoy 188 personas, solo 25 personas respondieron que no

desean este servicio y 22 encuestados no respondió. Por tanto, la acogida y aceptación de la sala de velación es grande y representativa. Este consentimiento favorece en un alto porcentaje los objetivos del trabajo de grado.

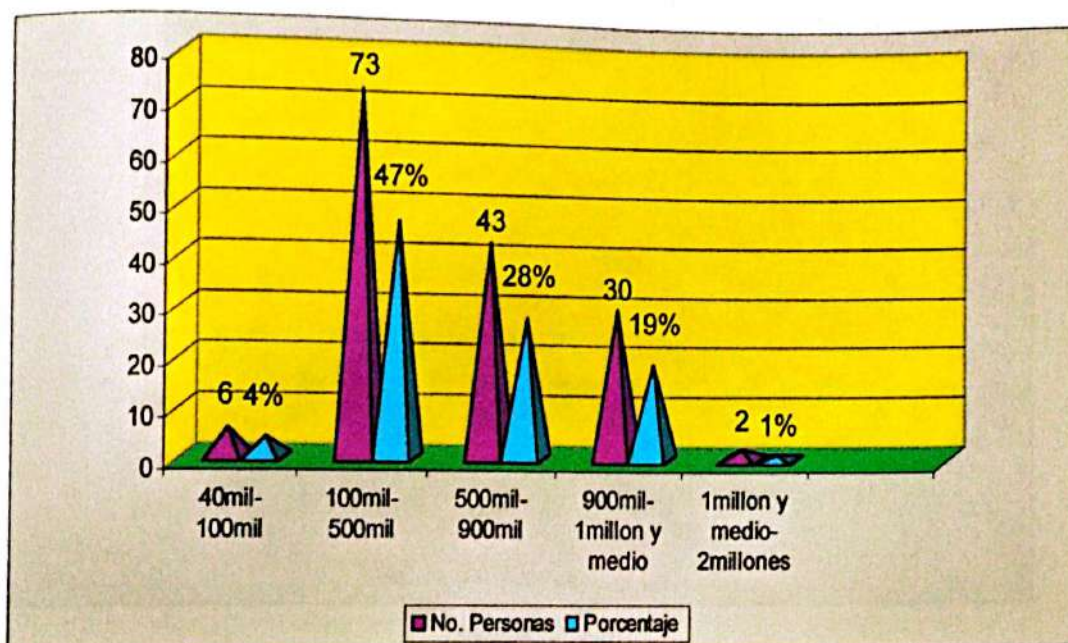


GRAFICA 12. Disposición para utilizar el servicio de la sala de velación.

14. Cuánto pagaría Ud. por estos servicios?	40000-100000		100001-500000		500001-900000		900001-1500000		1500001-2000000	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	6	4	73	47	43	28	30	19	2	1

La opinión sobre los costos que demandaría el pago en la sala de velación tiene variadas respuestas por parte de los encuestados. El 4% de los encuestados manifestó que pagaría entre \$40.000 y \$100.000, el 47% pagaría por estos servicios entre \$100.001 y \$500.000, el 28% por los servicios de sala de velación cancelaría \$500.001 y \$900.000, el 19% pagaría

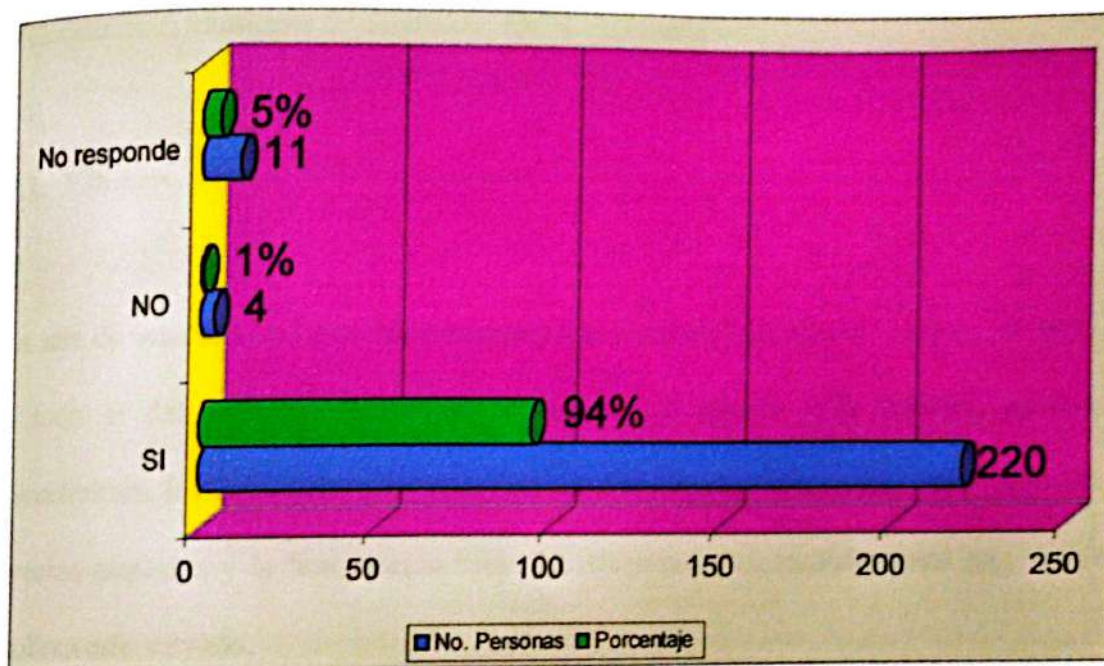
la suma comprendida entre \$900.001 y \$1.500.000 y el 1% por estos servicios pagaría entre \$1.500.001 y \$2.000.000. Es decir, la aceptación confirmada en las respuestas de la pregunta 12, en este momento son ratificadas desde el punto de vista económico, pues existen 148 personas que estarían dispuestas a pagar mas de un salario mínimo mensual por los servicios de la sala de velación. Esta cifra representa el 95% de los encuestados, aspecto este positivo para los intereses del proyecto.



GRAFICA 14. Opinión sobre el valor que pagaría por el servicio de velación.

15. Cree Ud. que una sala de velación es adelanto para Sibundoy?	SI		NO		NO RESP	
	N	%	N	%	N	%
	220	94	4	1	11	5

Las personas encuestadas a esta pregunta respondieron: el 94% consideran que es un adelanto la sala de velación, el 1% manifiesta que no y no respondieron esta pregunta el 5%. Por tanto, los encuestados manifiestan que la sala de velación es importante para el municipio de Sibundoy y que por lo tanto es una adelanto para el entorno local y regional. (ver grafica 15). Ver el anexo 1.



GRAFICA 15. Opinión sobre si la sala de velación es adelanto para Sibundoy.

7. ANÁLISIS Y FACTIBILIDAD DEL PROYECTO DE ESTUDIO.

Es importante considerar algunos aspectos de la planeación estratégica, con el fin de ir delineando las generalidades de la microempresa que se puede crear alrededor de la Sala de Velación en el municipio de Sibundoy. Estos elementos son:

7.1. VISIÓN.

La sala de velación será una microempresa que prestará los mejores servicios en este campo a todo el del valle de Sibundoy. El servicio al cliente y la atención personalizada caracterizara las funciones que desempeñaran los empleados de esta microempresa. Los precios cómodos y la financiación serán los elementos primordiales para que los usuarios utilicen este servicio.

7.2. MISIÓN.

La prestación del servicio inmediato y oportuno permitirá a los familiares y amigos, a través de la sala de velación, atenuar las incomodidades que se presentan en estas circunstancias, en los diferentes hogares del municipio de Sibundoy.

7.3. LAS FORTALEZAS, DEBILIDADES, AMENAZAS Y OPORTUNIDADES.

Como una herramienta para analizar los diversos factores que rodean la toma de decisiones, dentro de la planeación estratégica se acude a las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, más conocidas como estrategia DOFA, cuya significación esta relacionada con las palabras antes referenciadas, con el fin de analizar el caso de la sala de velación. Estas se determinan y relacionan de la siguiente manera:

7.3.1 Debilidades. Las siguientes pueden ser las debilidades más sobresalientes para el caso objeto de estudio:

- Bajos recursos económicos.
- Bibliografía escasa en la región con el fin de alcanzar una buena consulta.
- Deficiente experiencia en este campo.
- Carencia de local propio.

7.3.2 Oportunidades. El contexto social y geográfico del municipio de Sibundoy, lo mismo que de todo el valle, presenta las siguientes oportunidades para llevar a la práctica el proyecto de la sala de velación:

- El servicio de sala de velación no existe en el momento actual.
- Buena acogida por la mayoría de las personas encuestadas.

- Los posibles clientes tienen las facilidades para pagar estos servicios en un 70% de la población de Sibundoy.
- Los acontecimientos de violencia de los últimos meses ha incrementado el número de muertes en el municipio.

7.3.3 Fortalezas. Los gestores del proyecto creen que las fortalezas que se posee en este momento, a nivel interno, posibilita la realización de este proyecto, por las razones siguientes:

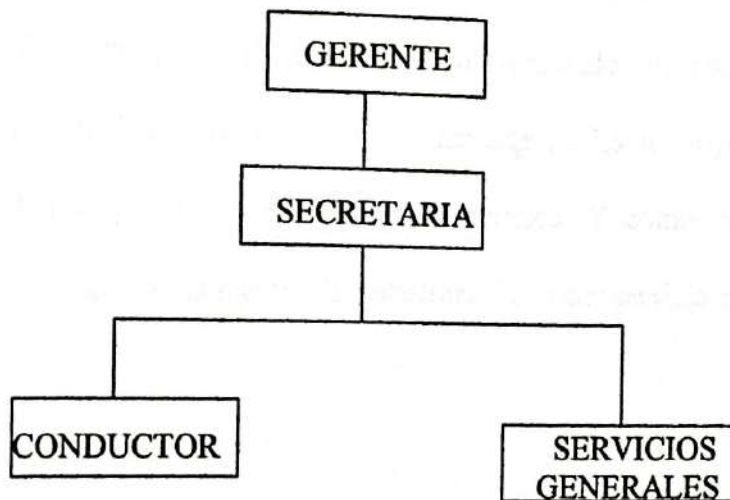
- Tener los suficientes conocimientos sobre contabilidad y administración de empresas.
- Poseer la experiencia necesaria para el manejo de personal.
- Los análisis financieros permiten prestar un servicio a bajo costo y de buena calidad.
- Las buenas relaciones humanas permiten asegurar atención preferencial al cliente.

7.3.4. Amenazas. El entorno político, económico y social de Sibundoy permite visualizar y prever los siguientes obstáculos para el desarrollo de este proyecto:

- Ubicación de una nueva sala de velación con precios más bajos.
- La existencia de una arraigada tradición, por velar a los familiares en la casa, en la población impediría, en varias oportunidades, ocupar estos servicios.
- Las manifestaciones de violencia que han aparecido en el valle de Sibundoy puede entorpecer la inversión económica por parte de los ciudadanos del municipio.

7.4. LA EMPRESA.

La empresa que se conformara está integrada por el gerente, el dueño, una secretaria, un conductor y una persona de servicios generales. El organigrama determina las líneas de acción y relación jerárquica. (Ver organigrama).



La secretaria se desempeñara como administradora y se encargara del manejo de todo el personal, tales como el conductor y los servicios generales.

7.5. PROVEEDORES.

La microempresa tendrá como proveedores a los diferentes almacenes del pueblo quienes le suministrarán elementos como: los cirios, la tela para las mortajas, las cortinas, las flores, etc. Los autoservicios proveerán de café, aromáticas, azúcar, papel higiénico, jabón de manos, fósforos, etc.

7.6. PERFIL DEL CONSUMIDOR.

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta, las personas con más alta probabilidad de utilizar estos servicios son aquellas familias que tienen de ingresos mas de dos salarios mínimos mensuales, sin desconocer que en la misma encuesta, expresaron los deseos de hacer uso de estos servicios, las familias con menores ingresos. Las encuestas arrojan que el 88% de las familias (Pregunta 8) tienen ingresos mensuales de más de dos salarios mínimos como también el 80% de esas familias, sin importarles sus ingresos económicos, estarían(pregunta 12) dispuestos a utilizar estos servicios. Y como se manifestó en la visión, el propósito es el de aumentar la cobertura de este servicio a todo el valle de Sibundoy.

7.7 EL PRODUCTO.

El servicio de la sala de velación será el producto. Este servicio se prestara las veinticuatro horas del día y ofrecerá lo siguiente:

- Servicio de velación de 24 horas.
- Servicio de cafetería, tintos y aromáticas.
- Ramo floral.
- Misa de cuerpo presente.
- Servicio gratuito de teléfono local.
- Traslado del cuerpo a la iglesia y luego al cementerio.

- Carteleras.
- Cuñas radiales.
- Bus gratuito para acompañantes.
- Servicio de sepultura.

7.8. PRECIO

El precio del servicio de la sala de velación esta determinado por las condiciones del mercado y el índice inflacionario que año por año el gobierno nacional establece dentro de las políticas económicas. Sin embargo las tres categorías de precios que se han establecido para prestar el servicio obedecen a las condiciones socioeconómicas de los habitantes de Sibundoy particular mente del segmento del mercado que utilizara este servicio en los próximos cinco (5) años.

7.9. DISTRIBUCIÓN

Como el producto, servicio de velación, estará ubicado en un lugar céntrico de la ciudad de Sibundoy, entonces el mismo no amerita y exige tener medios para su distribución, por el contrario tendrá todo el despliegue publicitario para su promoción y venta.

7.10. PUBLICIDAD

El servicio de velación utilizara los medios de comunicación disponibles en el medio, por ejemplo: las emisoras locales y folletos de promoción, la mejor publicidad será la de tener al cliente satisfecho del servicio.

7.11. SERVICIO.

El servicio que se prestara esta formalizado a las siguientes formas de pago y financiación:

- ❑ Pago de contado, con un descuento del 5%.
- ❑ Pago financiado o credicontado que se paga el 50% el momento de recibir los servicios y dos cuotas más al segundo y tercer mes.
- ❑ Financiación a seis meses y pago de cuotas iguales.

A demás las tres categorías se establecen al considerar los servicios que prestan:

PRIMERA CATEGORÍA: Esta categoría tiene un valor de \$ 700.000 y los servicios que se prestaran son:

- Servicio de velación de 24 horas.
- Servicio de cafetería, tintos y aromáticas.

- Ramo floral.
- Misa de cuerpo presente.
- Servicio gratuito de teléfono local.
- Traslado del cuerpo a la iglesia y luego al cementerio.
- Carteleras.
- Cuñas radiales.
- Bus gratuito para acompañantes.
- Servicio de sepultura.

SEGUNDA CATEGORÍA: esta categoría tiene un valor de \$ 600.000 y los servicios que se prestaran son:

- Velación las 24 horas.
- Ramo floral.
- Servicio de cafetería, tintos.
- Servicio de teléfono local.
- Traslado del cuerpo a la iglesia y al cementerio.
- Carteleras.

TERCERA CATEGORÍA: esta categoría tiene un costo de \$ 500.000 los servicios son:

- ✓ Velación 24 horas.
- ✓ Servicio de telefonía local.

✓ Traslado del cuerpo a la iglesia y al cementerio.

✓ Cartelera.

8. ANÁLISIS ECONOMICO Y FINANCIERO.

A continuación se relacionan todos los aspectos económicos y financieros que implican poner a funcionar las sala de velación en el municipio de Sibundoy.

8.1. EGRESOS DE LA SALA DE VELACION.

8.1.1 Planta de personal. El gerente, la secretaria, el conductor y los servicios generales son los integrantes de la microempresa de la sala de velación. Los gastos mensuales y anuales se relacionan en el cuadro 1. Así mismo, es importante reconocer que todos los trabajadores de la microempresa tienen las garantías sociales y la estabilidad laboral suficiente, pues lo importante es que los mismos vayan creando una cultura Institucional acorde a las demandas del servicio. Los gastos, a rasgos generales, son los siguientes: el gerente con un salario mensual de \$350.000 acumula al año la suma de \$5'430.932; la secretaria, mensual devenga un salario de \$250.000 y al año la suma de \$3'968.432; el conductor con \$236.000 al mes, acumula al año \$3'763.682 y los servicios generales la suma mensual de \$236.000, para ganar al año un valor de \$3'763.682.

Las proyecciones de la planta de personal, teniendo en cuenta cinco años, son las siguientes:

- Para el año cero, son los datos antes relacionados anteriormente. (Ver cuadro 1).
- Para los años 2, 3, 4 y 5 se pueden observar en los cuadros 2, 3, 4 y 5, teniendo en

cuenta los siguientes aspectos de tipo general:

- La planta de personal será constante para todo este lustro.
- Las proyecciones se han realizado teniendo en cuenta un incremento del 10% anual.
- Los aportes parafiscales y apropiaciones, también se han proyectado unos incrementos del 10% anual.

CUADRO 1, PRESUPUESTO DE GASTOS ANUALES					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOMINA	16.926.728	18.619.401	20.481.341	22.529.475	24.782.422
FUNCIONAMIENTO	3.732.000	4.105.200	4.515.720	4.967.292	5.464.021
ELEMENTOS DE OFICINA	971.200	1.068.320	1.175.152	1.292.667	1.421.934
OTROS (5%)	1.081.496	1.189.646	1.308.610	1.439.471	1.583.418
TOTALES	22.711.424	24.982.566	27.480.823	30.228.905	33.251.796

8.1.2 Gastos de funcionamiento fijos. En el cuadro 2, se puede observar todos los elementos que hacen parte de los gastos de funcionamiento que se tendrá durante el año uno y que servirán de referencia para las proyecciones de los otros años.

CUADRO 2, GASTOS DE FUNCIONAMIENTO		
DEATALLE	MES	AÑO
Arriendo	200.000	2.400.000
Telefax	30.000	360.000
Energía	35.000	420.000
Acueducto y Alc.	4.000	48.000
Aseo	2.000	24.000
Publicidad	30.000	360.000
Industria y Comer.	10.000	120.000
TOTALES	311.000	3.732.000

8.1.3 Dotación de equipos muebles y enseres.

CUADRO 3 Dotación de equipos, muebles y enseres.			
DETALLE	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Computador	1	2400000	2400000
Impresora	1	600000	600000
Escritorio	1	120000	120000
Sillas	100	12000	1200000
Telefax	1	500000	500000
Registro mercantil	1	270000	270000
Cosedora	1	30000	30000
Perforadora	1	20000	20000
Decoración Oficina	1	100000	100000
Greca	1	150000	150000
Vasos	300	1000	300000
Equipo de sonido	1	1000000	1000000
Candelabros	8	50000	400000
Soportes	4	50000	200000
Cortinas	6	50000	300000
Cortineros	12	3000	36000
Cartelera	4	20000	80000
Alquiler Bus	66	50000	3300000
Vehículo	1	10000000	10000000
Combustible	66	10000	660000
Mortaja	66	10000	660000
Ramo floral	66	10000	660000
Sirios	16	5000	80000
Mesa grande	1	100000	100000
Ceniceros	6	3000	18000
Alfombras	2	50000	100000
Cuchanillas	100	500	50000
TOTALES			23334000

8.1.4 Materiales y elementos de oficina

CUADRO 4 Materiales y elementos de oficina			
DETALLE	UNIDAD	VR. UNIDAD	VR. TOTAL
Resma de papel	4	9000	36000
Tinta negra tonner	5	40000	200000
Tinta color tonner	4	80000	320000
Lapiceros	12	500	6000
Lápiz	12	250	3000
correctores	6	2000	12000
Escobas	6	3500	21000
Trapeadores	6	3000	18000
Jabón	20	1000	20000
Valdes	3	3000	9000
Toallas de mano	10	2000	20000
Papel Higiénico	60	500	30000
Fósforos	40	200	8000
Ganchos cosedora	10	2500	25000
Carteles	2000	100	200000
Grafos	36	1200	43200
TOTAL			971200

8.1.5 Depreciación. Los muebles, equipos y enseres adquiridos por la sala de velación para lograr el correcto funcionamiento, van perdiendo, paulatinamente y por el uso, el valor o precio respecto al tiempo de adquisición. Esa pérdida de valor del precio por el uso que se le va dando a través del tiempo, es la depreciación normal que los mismos van perdiendo y que tienen un valor comercial, representado y calculado, para cada año, de la siguiente manera:

CUADRO 5 Depreciación de Mueble, Equipos y Enseres						
DETALLES	Valor Histórico	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Muebles y enseres	3.314.000	331.400	364.540	400.994	441.093	485.203
Vehículo	10.000.000	2.000.000	2.200.000	2.420.000	2.662.000	2.928.200
Equipo de Computación	3.000.000	600.000	660.000	726.000	798.600	878.460
Equipo de comunicación	1.500.000	300.000	330.000	363.000	399.300	439.230
TOTAL	17.814.000	3.231.400	3.554.540	3.909.994	4.300.993	4.731.093

Los anteriores valores representan las diversas depreciaciones para los muebles, equipos y enseres de la sala de velación.

8.2. ESTIMACIÓN DE INGRESOS Y VENTAS.

Según las estadísticas de la registraduría Municipal de Sibundoy y la parroquia San Pablo de Sibundoy, el promedio anual de muertes es de aproximadamente 110 personas. Con esta información, los propósitos de la sala de velación para el año Uno a programado obtener una cuota de mercado del 60 % del total de las muertes arriba citadas. Es decir, la sala de velación tendrá el primer año 67 difuntos que los familiares harán uso del servicio. Con esta cifra, se procede a realizar algunas aclaraciones en relación con las categorías que la sala de velación tendrá para los clientas y la cuota de mercado que la gerencia considera la más oportuno y viable.

- La categoría tiene un valor de \$ 700.000.
- La categoría dos tiene un valor de \$ 600.000
- La categoría tres tiene un valor de \$ 500.000

- Se espera tener una cuota de mercado para la categoría uno del 20%, lo que equivale a 14 difuntos.
- Para la categoría dos se espera obtener una cuota de mercado del 30%, equivalente a 20 difuntos.
- Para la tercera categoría la cuota de mercado es del 50%, equivalente a 33 difuntos.

CUADRO 6. Ingresos año uno			
CATEGORIA	VR. UNITARIO	CANTIDAD	VR. TOTAL
1	700000	14	9800000
2	600000	20	12000000
3	500000	33	16500000
TOTAL		67	38300000

Para obtener los ingresos de las ventas para el segundo año se tiene de presente los siguientes aspectos:

- Las categorías continúan siendo las mismas, con la salvedad de que los precios son iguales al año uno.
- La cuota de mercado es del 70%, es decir son 84 difuntos.
- El número de muertos se incrementa en el 9% anual, es decir para el año dos, el total de difuntos es de 120 personas. (Ver anexo 4).
- Los porcentajes para vender el servicio por categorías se mantiene igual al año uno, es decir el 20% para la primera, el 30% para la segunda y el 50% para la tercera.

Para los resultados del año tres, se tiene en cuenta los siguientes aspectos:

- A los precios de las categorías existentes se les incrementa el 10% anual.
- La cuota de mercado es del 70%, es decir son 91 difuntos.
- El número de muertes se aumenta en el 8% anual, es decir para el año tres es total de difuntos es de 130 personas (Ver anexo 4)
- Los porcentajes para vender el servicio por categorías se mantiene igual, el 20% para la primera, el 30% para la segunda y el 50% para la tercera.

Para considerar el año cuatro se debe tener en cuenta que varía únicamente la cuota de mercado que es del 75%, equivalente a 105 difuntos y el número asciende a 140 personas. Los demás criterios continúan siendo iguales. (Ver anexo 4).

Y para el quinto año las variaciones que se darán son las siguientes:

- ❖ La cuota de mercado es del 80%, es decir 120 personas.
- ❖ El total de difuntos considerados ascienden a 150 personas.
- ❖ Se ha incrementado el 10% a los precios de las categorías.
- ❖ Los demás criterios continúan iguales (Ver anexo 4).

CUADRO 7. Proyecciones de Ingresos					
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
38.300.000	47.900.000	57.420.000	66.220.000	82.764.000	292.604.000

8.3 PLAN DE INVERSIÓN

Para iniciar la inversión del año uno, es necesario que los accionistas consideren la siguiente relación de recursos, con el fin de implementar y poner a funcionar la sala de velación. El cuadro 8 relaciona la participación de los recursos propios y los recursos de crédito.

CUADRO 8. Plan de Inversión			
CONCEPTO	Recursos Propios	Recursos Crédito	TOTAL
Capital de trabajo	2.000.000		2.000.000
Equipos muebles	8.000.000		8.000.000
Muebles y enseres		14.000.000	14.000.000
TOTAL	10.000.000	14.000.000	24.000.000
Porcentaje	41,67%	58,33%	100%

8.4 ESTADO DE RESULTADOS

El cuadro 9 relaciona el estado de ganancias y pérdidas con las respectivas proyecciones. Este resumen de todos los movimientos económicos permite visualizar las bondades del proyecto de la sala de velación para el Municipio de Sibundoy. Además (Ver el anexo 5 que relaciona la amortización de la deuda, proyectada a 5 años)

CUADRO 9. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS A 5 AÑOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas	38300000	47900000	57420000	66220000	82764000
Gastos de operación					
Salarios y prestaciones	16.926.728	18.619.401	20.881.341	22.969.475	24.782.422
Servicios públicos	3.732.000	4.105.200	4.515.720	4.967.292	5.464.021
Papelería y útiles de oficina	971.200	1.068.320	1.175.152	1.292.667	1.421.934
Otros	1.081.496	1.189.646	1.308.610	1.439.471	1.583.418
Utilidad operacional	15.588.576	22.917.434	29.539.177	35.551.095	49.512.205
Gastos no operacionales					
Depreciación	3.231.400	3.554.540	3.909.994	4.300.993	4.731.093
Gastos financieros	4.325.165	3.828.209	3.152.107	2.232.278	980.860
Total gastos no operacionales	7.556.565	7.382.749	7.062.101	6.533.271	5.711.953
Utilidad antes de Impuestos	8.032.011	15.534.685	22.477.076	29.457.823	43.800.252
Provisión de impuestos	2.811.204	5.437.139	7.866.976	10.310.238	15.330.088
Utilidad de ejercicio	5.220.807	10.097.546	14.610.100	19.147.585	28.470.164

8.5 ANALISIS FINANCIERO.

Es importante tener presente que para evaluar un proyecto es necesario incluir cuatro criterios fundamentales, para dar viabilidad al mismo. Esos criterios son: El Punto de Equilibrio, el Valor Presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR), la Relación beneficios costo (R, B / C) y costo anual equivalente. (CAE). Con estos criterios se definirá la factibilidad de la instalación de la sala de velación.

8.5.1 Punto de equilibrio. Según Gudiño y Coral,¹² El punto de equilibrio “ sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder ni

¹² GUDIÑO, Emma y CORAL. Lucy, Contabilidad 2.000. Mcgraw – Hill, Segunda edición, Sanatafe de Bogota, 1994, p. 252

ganar. En el punto de equilibrio de un negocio las ventas son iguales a los costos y gastos; al aumentar el nivel de ventas se obtiene utilidad; y al bajar, se produce pérdida". Para el caso de la sala de velación se procede a calcularlo de la siguiente forma:

$$\text{Ventas en punto de equilibrio} = \text{Costos fijos} \times \frac{1}{\frac{1 - \text{costos variables}}{\text{ventas}}}$$

$$\text{Ventas en punto de equilibrio (VPE)} = 19.518.728 \times \frac{1}{\frac{1 - 7.821.200}{38.300.000}}$$

$$\text{VPE} = 19.518.728 \times \frac{1}{1 - 0.2042}$$

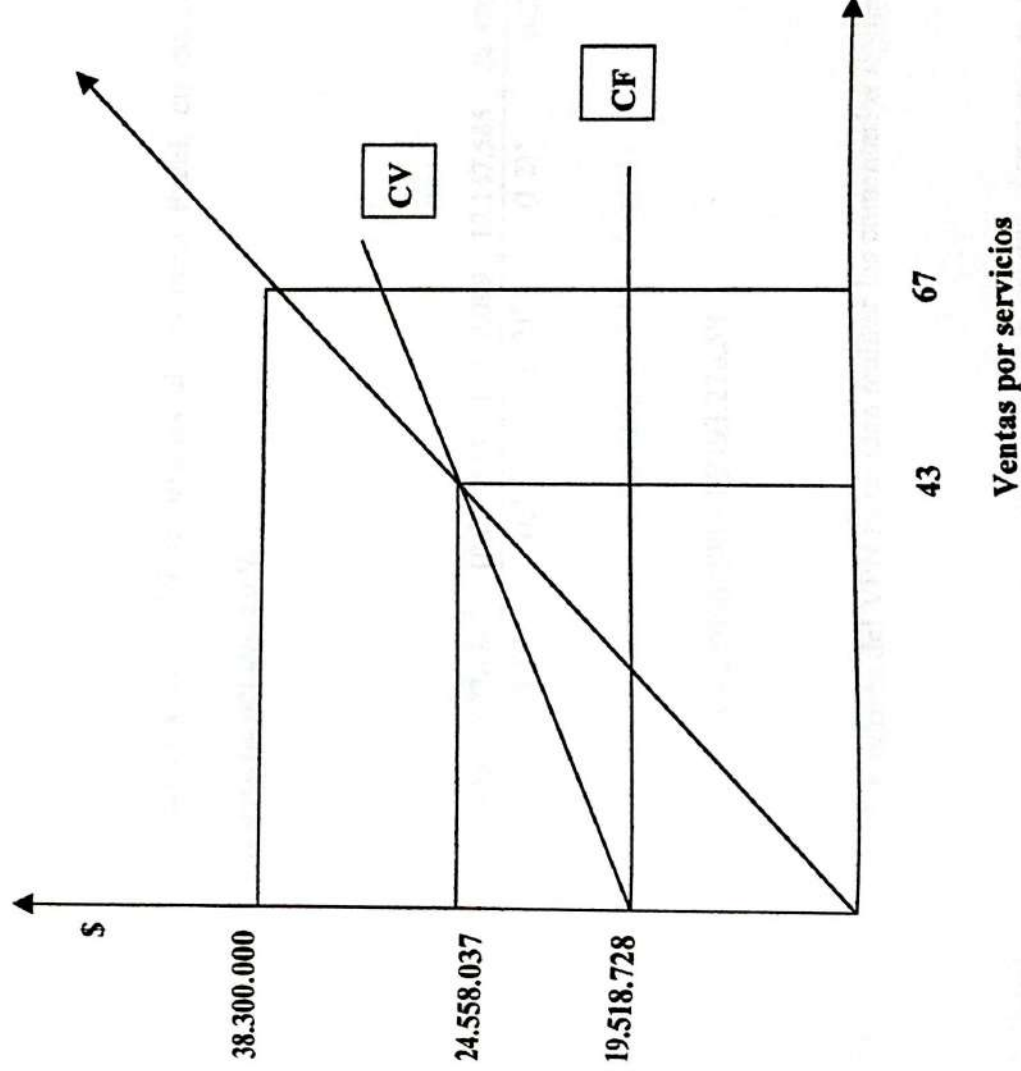
$$\text{VPE} = \frac{19.518.728}{0.7948}$$

$$\text{VPE} = 24.558.037$$

Por lo tanto con este valor de las ventas en el punto de equilibrio, se puede realizar los siguientes comentarios:

- Para no tener ni pérdidas ni ganancias, sala de velación debe vender como mínimo 43 servicios al año. (Ver grafica 16).
- El producto de las ventas anuales en el punto de equilibrio deben ser de \$ 24.558.037, este el resultado de prestar 43 servicios.
- Los empresarios de al sala de velación deben saber, que vender menos de cuarenta y tres servicios es considerar que el negocio produce pérdidas.
- Los costos fijos son del orden de \$ 19.518.728 anuales.

- Los costos variables en el punto de equilibrio son aproximadamente de 5.270.106
- Si la cuota de mercado se cumple y las proyecciones de ventas resultan al año, se estaría produciendo \$ 38.300.000, este valor representa haber prestado el servicio a 16 clientes.



GRAFICA 16 El punto de equilibrio

CV: Costos Variables

CF : Costos fijos.

8.5.2 Valor presente neto (VPN). La importancia de calcular el VPN es porque permite analizar al inversionista la cuantificación de la riqueza o pérdida adicional que tendría al invertir en el proyecto. El cálculo se realiza teniendo en cuenta el 20% de intereses bancarios que, el dinero de los inversionistas del año uno, produciría en una entidad bancaria, es decir, este valor es el costo de oportunidad; También se relaciona el flujo financiero neto.

Para realizar los cálculos del VPN recurrimos al programa Excel, en donde el flujo financiero neto se obtiene del cuadro 9.

$$VPN(20\%) = \frac{24.000.000}{(1,2)^0} + \frac{5.220.807}{(1,2)^1} + \frac{10.097.544}{(1,2)^2} + \frac{14.610.099}{(1,2)^3} + \frac{19.147.585}{(1,2)^4} + \frac{28.470.164}{(1,2)^5}$$

$$VPN(20\%) = 40'493.276,58 - 24'000.000 = 16'493.276,58$$

Teniendo en cuenta los valores del VPN se pueden realizar los comentarios siguientes:

- Cuando el VPN es mayor que cero, el significado es el de que el proyecto es aceptable y viable. En este caso, la cifra es de 16'493.276,58.
- El dinero invertido en el proyecto de la sala de velación ofrece un rendimiento superior al 20% anual.

- El proyecto genera una riqueza adicional de 16'493.276,58 en relación con la que se obtendría al invertir en la alternativa que produce el 20% anual.

8.5.3 La tasa interna de retorno. (TIR) Para calcular este indicador de evaluación financiera, procedemos a computar la tasa interna de retorno extrapolando los intereses que oscilan entre 41% y 40%. Estos cálculos se los realiza en el computador, programa Excel, y se obtienen con facilidad. Es importante hacer el comentario siguiente:

- Para calcular la TIR, se parte de una tasa de interés cualquiera, de tal manera que si el resultado del cálculo es mayor que cero se continua explorando con otro valor mayor al dado; si es menor que cero, la tasa se continua bajando.
- Cuando se ha obtenido valores cercano a cero por encima y por debajo, en ese momento se relaciona los dos valores de las tasas de interés y se saca el promedio.

- Para el caso de la sala de velación, los valores referenciados que se aproximan a cero por encima y por debajo, son los referenciados anteriormente.

- Los cálculos matemáticos se realizan de la siguiente forma:

$$TIR(40\%) = \frac{24.000.000}{(1,40)^0} + \frac{5.220.807}{(1,4)^1} + \frac{10.097.544}{(1,4)^2} + \frac{14.610.099}{(1,4)^3} + \frac{19.147.585}{(1,4)^4} + \frac{28.470.164}{(1,4)^5}$$

$$TIR(40\%) = 483.193,38$$

$$TIR(41\%) = \frac{24.000.000}{(1,41)^0} + \frac{5.220.807}{(1,41)^1} + \frac{10.097.544}{(1,41)^2} + \frac{14.610.099}{(1,41)^3} + \frac{19.147.585}{(1,41)^4} + \frac{28.470.164}{(1,41)^5}$$

Por lo tanto, la TASA INTERNA DE RETORNO, para la sala de velación es de 40,5% anual y de 3,38% mensual. Es decir:

- Los dineros invertidos por los accionistas para este proyecto les garantiza más riqueza de la que les daría cualquier entidad bancaria actualmente, pues los pagos de intereses que realizan hoy son del 18% máximo.
- El proyecto le garantiza a los inversionistas una tasa del 40,5% anual y mensualmente unos intereses del 3,38%.
- El proyecto con estos resultados, es atractivo.

8.5.4 Relación del beneficio- costo. Esta relación se obtiene mediante el cociente entre la sumatoria de los valores actualizados de los ingresos y la sumatoria de los valores actualizados de los egresos. Este cálculo se realiza teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

$$R = \frac{\sum I/(1+i)^t}{\sum E/(1+i)^t}$$

$$I = \frac{36.800.000}{(1,20)^1} + \frac{47.900.000}{(1,2)^2} + \frac{57.420.000}{(1,2)^3} + \frac{66.220.000}{(1,2)^4} + \frac{82.764.000}{(1,2)^5}$$

$$I = 101.026.461$$

$$E = \frac{30.267.989}{(1,2)^1} + \frac{32.365.316}{(1,2)^2} + \frac{34.942.925}{(1,2)^3} + \frac{36.762.177}{(1,2)^4} + \frac{38.963.748}{(1,2)^5}$$

$$E = 51.099.015$$

$$R = \frac{101.026.461}{51.099.015}$$

$$R = 1.98$$

Por tanto, la relación BENEFICIO - COSTO para la sala de velación, arroja una información que permite manifestar a los inversionistas las ganancias que obtienen por cada peso invertido en el proyecto, es decir, por cada peso que invierten se gana 0,98 pesos. Para los inversionistas, estos datos son significativos, por cuanto las ganancias son importantes y de gran valor para los intereses de los mismos.

También es pertinente recordar que cuando la relación BENEFICIO-COSTO, tiene un valor mayor que uno, el proyecto es considerable viable. Para el caso del proyecto de la sala de velación, el valor obtenido significa que por cada peso invertido genera en valor presente \$0,98 de riqueza adicional en relación con otra inversión que produzca una rentabilidad igual a la tasa de oportunidad.

8.5.5 El costo anual equivalente. Para realizar los cálculos se tiene en cuenta la fórmula siguiente:¹³

$$CAE(i) = VPNx \frac{ix(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$CAE(20\%) = 16.493.277x \frac{(0.20)x(1+0.20)^5}{(1+0.20)^5 - 1}$$

$$CAE(20\%) = \frac{8.213.652}{1.49}$$

$$CAE(20\%) = 5.512.518$$

El criterio de evaluación financiero CAE, si bien es cierto que es útil para analizar y evaluar proyectos sociales y sin ánimo de lucro, lo más seguro es que el método no deja de tener importancia para los propósitos de la evaluación de la sala de velación, para determinar su factibilidad, por cuanto permite analizar la viabilidad del mismo utilizando el concepto del VPN, cuyo significado se explico oportunamente. Es decir, para el caso de la sala de velación, se puede afirmar que la rentabilidad, el costo de oportunidad y el valor presente neto son suficientes para determinar, con seguridad, la factibilidad y viabilidad de la sala de velación en Sibundoy.

¹³ CONTRERAS, Marco Elías, *Formulación y evaluación de proyectos*, Editora Guadalupe Ltda. Santafé de Bogotá, 1996, p.495

La utilidad del CAE es que permite tomar una decisión de varias alternativas que existen sobre un proyecto, encontrando el costo equivalente de cada alternativa de inversión para un periodo de tiempo determinado, de tal manera que al comparar los costos de las diversas alternativas se selecciona la que representa una menor carga para la empresa.

9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

No.	ACTIVIDADES.	MESES.			
		SEPT.	OCTU.	NOVI	DIC.
1.	Elaboración de encuestas.	-			
2.	Aplicar encuestas.		-		
3.	Presentar informe de avance.			-	
4.	Revisar y corregir informe de avance.			-	
5.	Elaborar informe final.				-
6.	Presentar informe final.				-
7.	Corregir informe final.				-
8.	Sustentar trabajo de grado.				-

10. RECURSOS.

10.1 Humanos. La realización del presente trabajo necesitará del concurso del siguiente

recurso humano:

- Profesores del Instituto tecnológico del Putumayo.
- Asesor del proyecto.
- Algunos dueños de salas de velación de Pasto.
- Población de Sibundoy que respondió la encuesta.
- Secretaria.

10.2. MATERIALES.

- El computador.
- Fotocopias.
- Utiles de oficina.
- Motocicleta.
- Papelería.
- Revistas y libros.
- Encuestas.

10.3 FINANCIEROS.

No	ACTIVIDAD.	VALOR.
1.	Fotocopias.	50.000
2.	Papelaría y útiles de oficina.	80.000
3.	Digitación del proyecto.	80.000
4.	Materiales para la recolección de la información.	75.000
5.	Digitación trabajo final.	140.000
6.	Reproducción y empaste.	60.000
7.	Asesoría.	300.000
8.	Imprevistos.	80.000
	TOTAL.	865.000

11. CONCLUSIONES.

El trabajo de grado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACION DE UNA SALA DE VELACION EN SIBUNDOY, considera las siguientes conclusiones sobre los resultados del mismo:

- El objetivo general se ha cumplido en su totalidad puesto que el estudio de factibilidad se ha realizado de forma minuciosa y reflexiva. Los resultados que contienen los diversos temas y estudios permiten manifestar que se ha aportado los necesarios elementos de juicio para tomar una decisión por parte de los inversionistas que deseen participar en el mismo, con una proyección de corto, mediano y largo plazo.
- Así mismo, los objetivos específicos se han cumplido es su totalidad, arrojando los resultados que el mismo trabajo ha ido colocando a consideración del asesor y el comité curricular del INSTITUTO TECNOLÓGICO DEL PUTUMAYO. La recopilación de la información, la exploración y consulta de bibliografía, la realización de las encuestas y el estudio administrativo, económico y financiero hacen colegir que el trabajo ha logrado los propósitos propuestos desde un principio, y que por lo tanto, no queda sino dejar consignados todos los conocimientos e información en el mismo.

- Las hipótesis que se plantearon desde un principio, en este momento todas, se pueden considerar no como supuestos sino como aseveraciones que se demuestran a través de) trabajo. Por ejemplo, sobre la aceptación de la sala de velación, el 95% de los encuestados expreso que es muy importante este servicio para Sibundoy; los mismos manifestaron que, el 66%, desearían ocupara los servicios de la sala de velación y en este orden de ideas, los encuestados dicen que, el 80%, estarían dispuestos a pagar por estos servicios. Si se relaciona la hipótesis que manifiesta los benebcios para los empresarios, en los análisis de factibilidad del proyecto se demuestra con sobradas razones que existen juicios de valor para invertir sin ningún temor en este proyecto.

- El análisis financiero realizado anteriormente permite decir que el proyecto de la SALA DE VELACIÓN es factible. El punto de equilibrio, el valor presente neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficios-costos y el costo anual equivalente, son criterios de evaluación de proyectos que al ser aplicados al estudio de la sala de velación permite manifestar con seguridad que el mismo es viable y atractivo para los inversionistas.

BIBLIOGRAFIA.

ANUARIO, Estadístico de defunciones, parroquia de Sibundoy 1.998.

ARFKEN, George, Mathematical, Methods, For Pniscists, Academica Press, New York, 1970, p. 45.

BELTRAN, R. Claudia, Volver a vivir, Tras la muerte de un ser querido, No 19 AunoA Editores, Sanatafe de Bogota, 1.997.

BRIONES, Guillermo, Metodos y técnicas de investigación para ciencias sociales, editorial Trillas, p. 34.

CANCHALA, Humberto, Ritos y mitos de la comunida Camensa, Universidad de Nariño, Pasto, 1996, p. 46.

CARVAJAL, Lizardo, Metodología de la investigación, curso general y aplicada, 12^a edición, Santafé de Bogotá.

CARVAJAL , Justina, Metodología de la investigación Científica, CESMAG, San Juan de Pasto, 1995.

CONSTITUCION POLÍTICA DE COLOMBIA, Escuela de Administración Pública,
Santafé de Bogotá.

CHAVEZ, Alvaro y VILLA, Eugenia, La muerte y sus manifestaciones culturales,
Universitas Humanística, Vol. 16, No. 27, Enero-Junio 1987.

GUDIÑO, Emma Lucia y otros, Contabilidad 2000, Mc. Graw-Hill, Santafe de Bogota,
1994, p. 252-255

MARCO, Isabel, La muerte y la cultura popular, Universitas Humanística, Vol. 16, No. 29,
Enero-junio 1988.

MARKETING, Pequeña y mediana empresa, Biblioteca cinco días, Pirámide, Madrid,
1995, p. 15-23.

RESTREPO, López, El Putumayo en el tiempo y en el espacio, Centro editorial Bochica,
Santafé de Bogotá, 1985.

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE GUATEMALA

UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN Y CONTACTO DE SISTEMAS

GUATEMALA, GUATEMALA

El presente documento es una copia de un documento original que se encuentra en el archivo de la biblioteca de la Universidad de Guatemala.

ANEXOS

INSTITUTO TECNOLÓGICO DEL PUTUMAYO
UNIDAD DE ADMINISTRACION Y CONTABILIDAD SISTEMATIZADA
ENCUESTA FAMILIAR

OBJETIVO. Efectuar un estudio de factibilidad para la instalación de una sala de Velación en el Municipio de Sibundoy Putumayo.

Esta información es de carácter confidencial. Agradezco su amable y sincera colaboración la cual está encaminada a un estudio para el bien de toda la comunidad del Municipio de Sibundoy.

I. ASPECTOS GENERALES

1. ¿De cuantas personas se compone su familia? personas.
 2. ¿Tiene casa propia? SI..... NO Otras propiedades? SI NO
 3. ¿Quiénes trabajan en casa?
 4. ¿Tienen algún seguro o póliza que les cubra gastos de entierro?
SI NO
 5. ¿Le parece importante la instalación de una sala de Velación en Sibundoy?
SI NO
 6. ¿La casa donde vive tiene sala amplia que la pueda servir para velar algún familiar? SI NO
 7. ¿En caso de muerte querría velar al familiar, en su caso o en una sala de Velación? Casa sala de Velación
- ¿Por qué?
-

II. ASPECTO ECONOMICO

8. ¿Cuánto devengan en conjunto la familia? \$

9. ¿Cuánto gasta mensualmente en la familia? \$

Otros gastos. \$

10. ¿Cuánto cree usted que gasta en la muerte de un familiar? \$

11. Teniendo en cuenta sus ingresos que caja mortuoria escogería? Marque, con una X.

\$ 100.000,00.....	\$ 200.000,00.....	\$ 300.000,00.....	\$ 400.000,00.....
\$ 150.000,00	\$ 250.000,00.....	\$ 350.000,00.....	

III. DIAGNOSTICO.

12. ¿Estaría dispuesto a utilizar los servicios de sala de Velación? SI..... NO

¿Por qué?

.....

13. ¿Cuáles servicios cree usted que debe brindar una sala de Velación?

.....

.....

OTROS.....

14. ¿Cuánto pagaría usted por estos servicios? \$

15. ¿ Cree usted que una sala de Velación es adelanto para Sibundoy?

SI NO

ANEXO 2

NOMINA DE LA EMPRESA

CARGO	S. BASICO	AUX. TRANS	TOT. MES	TOT. AÑO	PRIMA NAV.	PRIMA SEM.	CESANTIAS	TOT. DEV. AÑO
GERENTE	350.000	24.014	374.014	4.488.168	350.000	175.000	417.764	5.430.932
SECRETARIA	250.000	24.014	274.014	3.288.168	250.000	125.000	305.264	3.968.432
CONDUCTOR	236.000	24.014	260.014	3.120.168	236.000	118.000	289.514	3.763.682
SERVICIOS GENERALES	236.000	24.014	260.014	3.120.168	236.000	118.000	289.514	3.763.682
SUBTOTAL	1.072.000	96.056	1.168.056	14.016.672	1.072.000	536.000	1.302.056	16.926.728

Preparo.

Reviso.

Aprobó.

ANEXO 3

NOMINA PARA FISCALES Y PROVISIONES					
APORTES PARAFISCALES	%	VALOR	PROVISIONES	%	VALOR
I.S.S.		93.444	Cesantias	1/12	97.338
I.C.B.F.	3	35.042	Ints. De cesantias	1	11.681
SENA	2	23.361	Prima de serv.	1/12	97.338
Subfamiliar	4	46.722	Vacaciones	1/24	48.669
Subtotal		198.569	Subtotal		255.026
		Total aprop. \$			453.595

PROYECCIONES PARA FISCALES Y PROVISIONES				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
453595	498955	548850	603735	664108

ANEXO 4,

CUOTA DE MERCADO Y PROYECCIONES DE VENTAS

AÑO 1			
CATEGORIA	VR. UNITARIO	CANTIDAD	VR. TOTAL
1	700.000	14	1.650.000
2	600.000	20	1.200.000
3	500.000	33	980.000
		67	3.830.000

AÑO 2			
CATEGORIA	VR. UNITARIO	CANTIDAD	VR. TOTAL
1	700.000	17	11.900.000
2	600.000	25	15.000.000
3	500.000	42	21.000.000
		84	47.900.000

AÑO 3			
CATEGORIA	VR. UNITARIO	CANTIDAD	VR. TOTAL
1	770.000	19	14.630.000
2	680.000	29	19.140.000
3	550.000	43	23.650.000
		91	57.420.000

AÑO 4			
CATEGORIA	VR. UNITARIO	CANTIDAD	VR. TOTAL
1	770.000	22	16.940.000
2	660.000	33	21.780.000
3	550.000	50	27.500.000
		105	66.220.000

AÑO 5			
CATEGORIA	VR. UNITARIO	CANTIDAD	VR. TOTAL
1	847.000	22	20.328.000
2	726.000	33	26.136.000
3	605.000	50	36.300.000
		105	82.764.000

**ANEXO 5
AMORTIZACION DE LA DEUDA**

Prestamo 14.000.000
Tasa Interna 32%
Capitalizable Trimestral
Tiempo 5 años

No Cuota	Valor Cuota	Capital	Intereses	Saldo	
AÑO 1	1	1.425.930,92	305.930,92	1.120.000,00	13.694.069,08
	2	1.425.930,92	330.405,40	1.095.525,53	13.363.663,68
	3	1.425.930,92	356.837,83	1.069.093,09	13.006.825,85
	4	1.425.930,92	385.384,86	1.040.546,07	12.621.440,99
		1.378.559,01	4.325.164,69		
AÑO 2	5	1.425.930,92	416.215,64	1.009.715,28	12.205.225,35
	6	1.425.930,92	449.512,90	976.418,03	11.755.712,45
	7	1.425.930,92	485.473,93	940.457,00	11.270.238,53
	8	1.425.930,92	524.311,84	901.619,08	10.745.926,69
		1.875.514,31	3.828.209,39		
AÑO 3	9	1.425.930,92	566.256,79	859.674,13	10.179.669,90
	10	1.425.930,92	611.557,33	814.373,59	9.568.112,57
	11	1.425.930,92	660.481,92	765.449,01	8.907.630,65
	12	1.425.930,92	713.320,47	712.610,45	8.194.310,18
		2.551.616,51	3.152.107,18		
AÑO 4	13	1.425.930,92	770.386,11	655.544,81	7.423.924,07
	14	1.425.930,92	832.017,00	593.913,93	6.591.907,07
	15	1.425.930,92	898.578,36	527.352,57	5.693.328,71
	16	1.425.930,92	970.464,63	455.466,30	4.722.864,08
		3.471.446,10	2.232.277,61		
AÑO 5	17	1.425.930,92	1.048.101,80	377.829,13	3.674.762,29
	18	1.425.930,92	1.131.949,94	293.980,98	2.542.812,35
	19	1.425.930,92	1.222.505,94	203.424,99	1.320.306,41
	20	1.425.930,92	1.320.306,41	105.624,51	0,00
		4.722.864,09	980.859,61		
TOTAL	\$ 28.518.618,40	\$ 14.000.000,02	\$ 14.518.618,48		