



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO ENFOCADO A LA INTRODUCCIÓN  
DE UN SERVICIO DE INHUMACIÓN CON ENFOQUE AMBIENTALISTA Y  
SENTIDO DE HUMANISMO**

**Autor:**

William Wilberto Loor Túarez

**Tutor:**

MsC. Noemí Delgado Álvarez

**Guayaquil - Ecuador**

**2016-2017**



## **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

### **CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

#### **CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: “Diseño de un modelo de negocio enfocado a la introducción de un servicio de inhumación con enfoque ambientalista y sentido de humanismo”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

#### **TECNÓLOGO EN ADMINIDTRACION DE EMPRESAS.**

El problema de investigación se refiere a: ¿Cómo diseñar un modelo de negocios enfocado a la introducción de un servicio de inhumación de modo que se contribuya a la creación de bosques y la apreciación simbólica de personas fallecidas a través de la naturaleza?

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

**Presentado por el Egresado: William Wilberto Loor Túarez**

**Tutora: MsC. Noemí Delgado Álvarez**

## **AUTORÍA NOTARIADA**

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: **“Diseño de un modelo de negocio enfocado a la introducción de un servicio de inhumación con enfoque ambientalista y sentido de humanismo”**, de la carrera Administración de Empresas del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autor:

**Loor Tuárez William Wilberto**

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre por enseñarme a no rendirme hasta alcanzar mis metas propuestas, por enseñarme que la lucha se la gana con esfuerzo y decisión.

A mi tía por todo el apoyo incondicional que siempre me supo brindar, por darme su mano cuando más la necesite, por enseñarme que este mundo no es de los que se conforman.

A mi novia por siempre apoyarme e impulsarme hacia una mejora continua, por ser un pilar fundamental en mi vida en todos los aspectos.

Este es el pináculo de una carrera que comencé hace más de 3 años y el comienzo de otra, al ITB y todos mis profesores que inculcaron en mí el deseo de lograr grandes cosas y me dieron el conocimiento para materializarlas.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi gratitud ante todo va dirigida a Dios pues sin su gracia y bendición nada en mi fuese posible.

A mi familia por creer en mí y tenerme en gran estima, por ayudarme en aquellos momentos en los cuales solo quería rendirme.

A mis docentes pues de ellos aprendí ciencia y valores, cada momento en mi carrera universitaria me ha preparado para esto.

Mi agradecimiento infinito a mi Instituto Tecnológico Bolivariano y lo llamo así pues aun si mañana me marchase para seguir avanzando en mi carrera siempre lo considerare como mío y tratare en todo momento de dejar en alto su nombre.

## INDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Carátula.....	I
Certificación de la aceptación del tutor.....	II
Autoría notariada.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Índice general.....	VI
Índice de figuras .....	IX
Índice de gráficos.....	X
Índice de cuadros.....	XI
Resumen.....	XII
Abstract.....	XIII

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

Planteamiento del problema.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	3
Planteamiento del problema.....	4
Delimitación del problema .....	4

Variables de investigación .....	4
Objetivos.....	5
Objetivos generales.....	5
Objetivos específicos .....	5
Justificación.....	5

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÒRICO**

Fundamentación teórica .....	7
Antecedentes históricos.....	7
Antecedentes referenciales .....	8
Marco legal.....	12
Glosario de términos.....	18

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

Presentación de la idea para el plan de negocios.....	19
Diseño de investigación .....	20
Tipo de investigación.....	20
Investigación descriptiva.....	20
Investigación correlacional.....	20
Investigación explicativa .....	20
Pasos para la investigación .....	21
Justificación del plan de negocios.....	21

Impacto del proyecto .....	26
Estudio de mercado.....	26
Separabilidad del proyecto .....	29
Análisis administrativo .....	29
Análisis legal.....	30
Resumen ejecutivo .....	32

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Análisis e interpretación de resultados .....	33
Conclusiones.....	76
Recomendaciones .....	77
Bibliografía .....	78
Anexos.....	80

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO**  
**BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**  
**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de  
empresas

**Tema: Diseño de un modelo de negocio enfocado a la introducción de un  
servicio de inhumación con enfoque ambientalista y sentido de  
humanismo**

**Autor:** William Wilberto Loor Túarez

**Tutora:** MsC Noemí Delgado Álvarez

**RESUMEN**

El estudio titulado “**Diseño de un modelo de negocio enfocado a la introducción de un servicio de inhumación con enfoque ambientalista y sentido de humanismo**”, tuvo como objetivo la creación de un modelo de negocios para una empresa que oferte servicios funerarios con un enfoque ambientalista en la ciudad de Guayaquil.

En la ejecución del estudio se implementó técnicas de análisis del mercado como lo son: análisis por métodos FODA, MAFE, MEFE, MEFI, así como un sistema de encuestas, en los cuales se evidencio que el plan de negocios antes mencionado tiene un 84 % de aceptación y un 48% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir el servicio. Además, se realiza un pronóstico de demanda y se utiliza el método de factores ponderados de localización.

El modelo de negocio Bosques Renacer es una propuesta de experiencia poco frecuente de servicios funerarios con un enfoque ambientalista y un marcado sentido de humanismo al dar un nuevo sentido a la muerte.

# INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

## BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

### TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de empresas

**Tema:** Diseño de un modelo de negocio enfocado a la introducción de un servicio de inhumación con enfoque ambientalista y sentido de humanismo

**Autor:** William Wilberto Looor Túarez

**Tutora:** MsC Noemí Delgado Álvarez

#### ABSTRACT

The study entitled "**Designing of a business model focused on the introduction of an inhumation service with an environmentalist approach and a sense of humanism**", aimed at creating a business model for a company that offers funeral services with an environmentalist approach in the City of Guayaquil.

In the execution of the study, market analysis techniques were implemented, such as: Foda, Mafe, Mefe, Mefi methods analysis, as well as a survey system, in which it was shown that the aforementioned business plan has an 84 % Of acceptance and 48% of respondents would be willing to purchase the service.

The Bosques Renacer business model is a proposal of infrequent experience of funeral services with an environmentalist approach and a marked sense of humanism in giving a new meaning to death.

# **CAPÍTULO I**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Planteamiento del problema**

#### **1.1.1. Ubicación de un problema en contexto**

El plan de negocios es un documento mediante el cual las ideas pasan a ser una secuencia de acciones para posteriormente convertirse en un hecho. En la actualidad no solo en América Latina sino también el resto del mundo, la ausencia de un plan de negocios detallado y muy bien evaluado, es uno de los mayores detonantes que ocasionan el mal funcionamiento de actividades económicas.

La no existencia del mismo o la mala realización son causa de la obtención de resultados no esperados o desfavorables, muchas personas o empresas, inician actividades de negocios basándose únicamente en su percepción visual o sensorial, en la apreciación de su competencia, en su localización geográfica, la popularidad del sector, o la confianza en sus productos o servicios que los lleva a pensar que basta con ello para que su actividad económica funcione es tanto así que muchas veces no se realiza un plan de marketing hasta que la empresa no comienza a tener problemas. El desconocimiento de la manera correcta de realizarlo y las técnicas efectivas para el estudio del mercado son causa también de que en ciertas empresas particularmente las microempresas o empresas que acaban de iniciar su actividad económica, este análisis quede relegado a un segundo plano. El tamaño de la empresa o la percepción de sus dueños para con ella, los hace pensar que un plan de negocios o el diseño de un plan de marketing se hacen necesarios, solo en empresas grandes o con un volumen alto de ventas y no es necesario para su actividad económica.

Las empresas de la actualidad están rodeadas de competencia, los negocios tradicionales son un medio rápido y efectivo de generar ingresos pero con cierta limitante que establece el mercado, es por ello que ciertos emprendedores apuestan al cambio, la diferenciación y el riesgo que el mismo conlleva, de ello surgen nuevas ideas, tecnologías y procesos productivos. En los últimos años ya habiéndose creado casi todo lo que el ser humano necesita para hacer su vida más cómoda se han abordado diferentes temas en donde aún existe posibilidad de penetración, temas tabúes como los que tienen relación con la muerte y de los que nadie quiso antes hablar, hoy son abordados y estudiados como un significativo y muy lucrativo medio mediante el cual crear emprendimientos.

Existen diversas maneras de honrar a las personas al momento de su muerte, en el mundo hay gran variedad de culturas muy distintas entre sí, sin embargo hay algo que todas comparten y es que cuando pierden a un ser amado tratan de honrar su memoria del modo más significativo.

Existen varios métodos de inhumación, muchas de ellas obedecen a creencias propias o adquiridas por generaciones, otras obedecen a aspectos culturales creencias religiosas o rituales ancestrales.

Hay gran variedad en cuanto al modo en que el mundo se despide de sus fallecidos.

Según el artículo (López., 1994) los budistas no ven a la muerte como un fin, sino más bien como un comienzo, despedirse de su ropa y piel para vestir nuevas, la cuenta de sus acciones buenas y malas los llevan al renacimiento en una diferente forma y humanidad no como castigo ni recompensa, más bien como efecto natural de sus hechos en vida.

En el Ecuador según estadísticas presentadas por el (INEC, 2014) nacieron en el año 2014 un total de 229,476 bebés ese mismo año fallecieron un total de 62,981 ciudadanos en territorio ecuatoriano, esto equivale a casi la misma

cantidad de inhumaciones y servicios mortuorios una demanda cada vez mayor para las empresas que ofertan servicios exequiales.

El concepto que se desea investigar en este plan de negocios es la posibilidad de crear un medio alternativo para la inhumación en Ecuador que no solo permita ver la muerte desde una perspectiva ambientalista y de mayor significado sino también con un enfoque exclusivista y diferente

A su vez analizando todas las variables correspondientes al plan de negocios a fin de determinar la valía del mismo como emprendimiento para lo cual se deberá hacer uso de varias herramientas de análisis y diagnóstico.

## **SITUACIÓN CONFLICTO**

En la presentación del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), un proyecto de investigación que anualmente mide el desarrollo en materia de emprendimiento en el mundo y en el cual participa la ESPAE Graduate School of Management de la ESPOL, refleja los siguientes resultados(LITORAL, 2015)

El Ecuador es el país con el mayor índice de emprendimientos nacientes en el mundo y el segundo con mayor tasa de emprendimiento temprano (TEA) con el 33.6% por debajo solo de Senegal, si bien este índice resulta alentador para muchos, no basta tan solo con emprender, sino que dichos emprendimientos sean sostenibles en el tiempo, generen valor agregado, creen plazas de trabajo y de ese modo impulsen la economía del país, sin embargo el estudio ubicó también a Ecuador entre los 10 países que más cierre de negocios a tenido en el mundo, llevándose el 8vo puesto con 8.3% el principal motivo de estos cierres fue que el negocio "No era rentable" cabe recalcar que dichos emprendimientos van desde la crianza de cerdos o el sector avícola hasta emprendimientos de mayor categoría.

Contrario a Ecuador en países como Alemania, Estados Unidos Suiza o Japón la tasa de emprendimiento es menor pero con mayor potencial.

El poco índice de supervivencia de estos emprendimientos, se da por la baja

calidad de los mismos o la ineficiencia que produce el desconocimiento administrativo, pues muchos emprendedores creen que basta el conocimiento operativo de la actividad económica comercial para poder iniciar su empresa y triunfar en ella.

El 69% de estos emprendimientos se realizan por oportunidad mientras que solo el 31% del (TEA) es realizada por necesidad, es así que los emprendimientos se dan de manera oportuna, rápida y sin mayor análisis lo que genera que dicho proyecto no sea sostenible en el tiempo.

Un plan de negocios en el cual sean analizados, el mercado, la situación actual del país, el índice de aceptación hacia su producto o servicio y de más variables, disiparía las dudas de dichos emprendedores y emprenderían siendo conscientes de sus fortalezas, debilidades y el potencial de su emprendimiento.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

¿Cómo diseñar un plan de negocios enfocado a la introducción de un servicio de inhumación de modo que se contribuya a la creación de bosques y la apreciación simbólica de personas fallecidas a través de la naturaleza?

## **DELIMITACION DEL PROBLEMA**

Campo: Servicios exequiales

Aspecto: Plan de negocios

Área: Introducción de un nuevo servicio

Año: 2016

## **VARIABLES DE INVESTIGACIÓN**

Variable dependiente: Diseño de un plan de negocios

Variable independiente: creación de bosques y la apreciación simbólica de personas fallecidas.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un plan de negocio para una empresa que brinde servicios funerarios y de inhumación con un enfoque ambientalista, significativo que permita honrar seres amados en una ciudad de Guayaquil.

### **OBJETIVO ESPECIFICO**

1. Fundamentar teóricamente de aspectos relacionados al plan de negocios y la concepción de aceptación de la idea planteada.
2. Diagnosticaren Ecuador el interés y la preferencia que podrían tener las personas hacia un nuevo método para la inhumación más exclusivista y significativa.
3. Proponer un plan de negocios para servicios funerarios y de inhumación con un enfoque ambientalista en una ciudad del Ecuador.

### **JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad en Ecuador solo una mínima parte de la tasa de emprendimientos anuales consta de un plan de negocios, la mayoría de actividades económicas se llevan a cabo de modo intuitivo y lógico, siendo el país en relación a su tamaño que más emprendimientos realiza, también es uno en los que más empresas o actividades de negocio fracasan anualmente, los empresarios aducen que su idea no era tan rentable como ellos pensaban, que no tomaron en cuenta ciertos aspectos, que todo fue muy apresurado, un gran porcentaje de las empresas que se fundaron no pasara de los 45 meses de función, muchos inclusive en su afán de levantarse se ven obligados a vender sus activos, o a su vez pedir préstamos a las diferentes entidades bancarias con el objetivo de recapitalizar su empresa, rediseñar su apariencia, modernizar y agilizar sus procesos, contratar publicidad, compra de productos para su posterior venta, sin embargo ese dinero muy pocas veces es utilizado para la creación y el estudio de un plan de negocios, pues consideran que contratar a

un profesional para que realice esa labor es desperdiciar el dinero pues no es algo que en un tiempo corto le represente ganancias, es así que continúan trabajando del mismo modo ignorantes de su tasa de crecimiento anual, del lugar que ocupan en el mercado, inclusive de cuanto ingreso real obtienen mensualmente, aunque a muchos le funcione administrar de ese modo su empresa sufre limitaciones propias de una mala gestión, limitaciones que atenuaran su crecimiento, para los emprendedores que habiendo recibido prestamos de las diferentes entidades bancarias y no lograron mantener su empresa el ambiente es más desolador, muchos se ven obligados a terminar su actividad, acabando endeudados

Es por ello que para todo emprendimiento se hace de vital importancia la realización de un plan de negocios que guie al empresario, mostrándole cuales son los obstáculos que pueden presentársele y como superarlos, el plan de negocios es una herramienta de análisis que marcara el camino a seguir para la realización de los objetivos y la medición de resultados, el plan de negocios constituye también una garantía para posibles inversionistas.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1. Fundamentación teórica**

##### **2.1.1. Antecedentes históricos**

La idea de una inhumación ecológica según (Guerrero, 2010) no es del todo nueva, de hecho lleva décadas realizándose en ciudades como Estados Unidos, Nueva Zelanda y el Reino Unido del mismo modo los cementerios ecológicos ganan anualmente gran cantidad de adeptos en Norte América, Europa y Asia las ceremonias se celebran usualmente al aire libre usando agentes no contaminantes a fin de causar el menor impacto ambiental posible, a su vez empresas norteamericanas expanden ideas alternas o complementarias a la inhumación o cremaciones las ideas van desde usar derivados de la madera en la elaboración de féretros, hasta la sustitución del formol por ser altamente contaminante o inclusive la fabricación de telas biodegradables con las cuales vestir al occiso.

En España para ese año los ataúdes consumían un 90% de madera procedente de los bosques europeos, es ahí cuando nace la iniciativa de fomentar los “ecofunerales” con ideas como la de imprimir los recordatorios e invitaciones en papel reciclado o el equipamiento de sistemas de filtrado para los hornos crematorios que reduzcan la emisión de gases a la atmosfera, fomentaban de a poco la idea de que al morir y como último gesto hacia el planeta, le sea devuelto algo de lo que nos da y sus funerales eviten al máximo la contaminación. (Tierra, 2005)

En el mundo la idea de minimizar el daño ambiental y adoptar políticas en torno a ello toma fuerza año con año, las personas y empresas, de hoy son ambientalmente conscientes del daño que sufre el planeta y ven con buenos ojos los incentivos, proyectos, fundaciones o ideas que potencien el cuidado del mismo.

## ANTECEDENTES REFERENCIALES

¿Qué se entiende por plan de negocios?, Muchos autores escriben de él, en palabras de "(JACKSON, 2000) "Las grandes ideas necesitan tren de aterrizaje y alas"

Otras como(Rocio, 2011)manifiestan que el plan de negocios es una herramienta para alcanzar nuestros objetivos de una manera más eficiente, mediante una adecuada planificación de la operación de cada una de las áreas de la empresa de una manera integral.

Hay quienes lo consideran también como el manual secuencial desde la concepción de la idea hasta su puesta en marcha, el plan de negocios es una herramienta de suma importancia en la gestión de proyectos pues es mediante ella que se planifica las diferentes actividades y se minimiza el factor riesgo.

El plan de negocios puede estar orientado a la creación o ampliación de empresas como al desarrollo de nuevas ideas que se desean estudiar antes de llevarse a cabo.

(STUTELY, 2000) Expresa en su libro que para establecer la verdad y todas las amenazas y oportunidades afrontadas. Con todo es esencial ser honestos y alentar esa honestidad comparando de manera franca nuestra empresa con la de nuestros competidores y contemporáneos.

De este modo se tiene información clara y relevante que contribuya a la generación de ideas siempre en pro de la mejora continua.

(Lloreda, 2015) Sostiene en su libro que el plan de negocios puede ser considerado como una herramienta de reflexión y hacerse la pregunta del ¿Por qué es importante seguir un plan de negocios?

1. Su diseño: Trata de materializar y dar forma a lo que en algún momento comenzó como una simple idea.

2. Su estructura: Ello pretende resolver las interrogantes referentes a los recursos el macro entorno el mercado la post venta precio, canales de venta y distribución las políticas y la atención al cliente y demás factores
3. Información a buscar: En los negocios aun en aquellos en los que ya se ha trabajado con anterioridad existen variables desconocidas que deben ser sujeto de estudio más aún si lo que se pretende es la incursión en un mercado diferente o ajeno a la actividad económica de la empresa.
4. Aporta credibilidad : cuando para la ejecución del plan de negocios o proyecto que es objeto de estudio se necesita financiamiento se hace necesaria un excelente plan de negocios que aporte credibilidad a la idea, no basta con tener una gran idea si no puede sustentarla con un estudio detallado
5. Es una guía: se puede llevar a cabo una idea sin una anticipada planeación, más sin embargo el plan de negocios te ofrece un manual detallado de los pasos a seguir y los procesos para asegurar el éxito del mismo.
6. Incluye un plan de viabilidad : El plan de viabilidad se realiza trasladando la información financiera a una hoja de cálculo de modo tal que se refleje los gastos fijos como son el alquiler el salario del personal , planilla de servicios básicos y también los gastos variables como son el pago de comisiones o gastos de transporte con esta información se podrá precisar cuál es el volumen de venta anual que debemos tener y fijarnos de ese modo los objetivos y estrategias para cumplirlas
7. Es revisable : El plan de negocios jamás debe ser rígido por el contrario debe adaptarse a las necesidades que durante la ejecución se hagan presentes , debe editarse tantas veces lo amerite

(STUTELY, 2000) Sostiene que existen 10 pasos para lograr un exitoso plan de negocios

1. Defina las actividades de su negocio

Definir las actividades del negocio no es más que identificar la función que su empresa realiza a fin de que el plan de negocios esté vinculado a la actividad principal ella

2. Defina la situación actual de su negocio

Es necesario definir la situación actual y real de la empresa con el objetivo de determinar si es factible o no la puesta en marcha del plan estratégico de negocios

3. Defina las condiciones externas del mercado, la competencia que enfrenta y el posicionamiento de mercado

Al referirnos a condiciones externas del mercado también llamadas MACROENTORNO toma en cuenta aspectos demográficos, tecnológicos, políticos, económicos y socioculturales

4. Defina los objetivos que lo animan

Para definir los objetivos que lo animan a realizar el plan estratégico de negocios se debe tomar en cuenta los resultados que se espera conseguir con la ejecución del mismo y como su realización ayudara de manera positivo al desarrollo de la empresa.

5. Trace una estrategia para lograr los objetivos que lo animan

El uso de diagramas de orden secuencial de actividades como el DIAGRAMA DE GANT son muy utilizados en la ejecución de planes de negocio como un modo de limitar el tiempo entre cada acción previamente estructurada

6. Identifique los riesgos y las oportunidades

En un plan de negocios se debe realizar una evaluación de riesgo y un análisis de coste de oportunidad esto con la intención de develar las vulnerabilidades

que podría tener la empresa y las medidas correctivas que se pueden llevar a cabo del mismo modo es importante para la empresa investigar y localizar esos segmentos de mercado desatendidos o esas falencias que aún se encuentran y hacer de ello una oportunidad de negocio.

#### 7. Genere una estrategia para restringir los riesgos y explotar las oportunidades

En las empresas o cuando se pretende evaluar el riesgo que conlleva llevar a cabo un proyecto o plan estratégico de negocios se hace necesario un adecuado estudio de gestión de riesgos o PHA por sus siglas en inglés dicha gestión se realiza con el objetivo de identificar las amenazas que se presentan o podrían presentarse en la empresa y de acuerdo a los resultados que se obtengan se deberá tomar las medidas correctivas o preventivas según sea el caso

El primer paso para el análisis de gestión de riesgo es la identificación de los activos que se desean evaluar o proteger

#### 8. Depure las estrategias hasta transformarlas en planes de trabajo

Cuando se habla de depuración de estrategias se refiere a identificar las buenas y malas estrategias a fin de desechar las malas y utilizar las buenas como medio para la formación del plan de trabajo

#### 9. Proyecte los costos los ingresos y el flujo de efectivo

El flujo de efectivos como tal es una herramienta de mucha complejidad y la cual exige avanzados conocimientos contables siendo una de las herramientas más completas a la hora de diagnosticar la capacidad de la empresa para generar dinero en efectivo y con ello medir su capacidad de pago a diversas obligaciones, en la evaluación de proyectos o estudio de planes de negocios es usada ampliamente ya que brinda información exacta de cada una de las partidas del balance general que se vinculan a la generación de efectivo

## 10. Finalice los planes

La finalización de un plan de negocios o proyecto de mejora en las empresas es tan importante como el comienzo de la misma y es en esta que el estudio del plan de negocios culmina con la ejecución del mismo presentando el análisis de riesgo el coste de oportunidad al inversionista, accionista o entidades que financien el proyecto o plan de negocios.

## **2.2 MARCO LEGAL**

### **Ley orgánica de la salud**

#### **De la disposición y manejo de cadáveres**

**Art. 87.-** Para la creación, construcción o mantenimiento de cementerios y sus variantes, se deberá contar previamente con un estudio de impacto ambiental, del mismo modo las entidades privadas o gubernamentales deberán presentar su licencia ambiental y se verificara que la infraestructura no constituya un problema para la salud

Solo se podrá realizar la inhumación de cadáveres en cementerios y criptas y estas deberán cumplir con las normativas serán emitidas por la municipalidad y la autoridad sanitaria nacional

#### **Acuerdo 00003523 del ministerio de salud pública**

### CAPÍTULO II

#### DE LOS ESTABLECIMIENTOS QUE PRESTAN SERVICIOS FUNERARIOS

Art. 3.- Todas las empresas que brinden los servicios de manejo e inhumación o cremación de cadáveres deberán contar con su permiso respectivo de funcionamiento mismo que es otorgado por la "ARCOSA" Agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria.

Art. 4.- para la construcción ampliación o remodelación de centros de manejo de cadáveres, la agencia nacional de control y vigilancia sanitaria deberá otorgar previamente una autorización que apruebe dicho proyecto mismo que deberá contar con planos, uso del suelo impacto ambiental

Para construir, ampliar o remodelar cementerios, crematorios, criptas, columbarios o salas de velación y funerarias, se requiere la autorización otorgada por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA, o quien ejerza sus competencias dentro de su jurisdicción, previa la aprobación de los proyectos, diseños, planos, uso de suelo y más especificaciones por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado(GAD) Municipal de la localidad y del Plan de Manejo Ambiental o Buenas Prácticas Ambientales, según corresponda, otorgado por la Autoridad Ambiental competente.

Art. 6.- Las empresas dedicadas a los servicios de inhumación y trata de cadáveres deberán llevar un registro con los datos del occiso, sus nombres y el lugar donde se debe recoger al occiso, del mismo modo el registro deberá tener los nombres de las personas que solicitaron el servicio y su grado de parentesco con su respectivo número telefónico

Art. 7.- los centros funerarios gubernamentales o particulares deberán prestar todos o algunos de los servicios detallados adelante, y se deberá contar con personal idóneo para desarrollar cada uno de ellos

- a) Inhumaciones en tierra o en nichos.
- b) Depósito de cenizas en columbarios.
- c) Traslados nacionales.
- d) Traslados internacionales.
- e) Exhumaciones.
- f) Capillas o salas de velación.

- g) Crematorios.
- h) Servicio de tanatopraxia;

#### DE LAS SALAS DE VELACIÓN Y FUNERARIAS

Art. 8.- los centros velatorios o de manejo y trata de cadáveres deberán encontrarse a una distancia mínima de 150 metros de cualquier establecimiento de salud.

Art. 10.- los cementerios y velatorios deberán además de ubicarse en una zona rural, cumplir las siguientes disposiciones:

- a) Su infraestructura deberá ser de material lavable para garantizar normas sanitarias.
- b) Dispondrá de iluminación y ventilación tanto natural como artificial
- c) toda la instalación eléctrica deberá estar protegida y perfectamente funcional.
- e) Deberá contar con protección contra roedores.
- f) servicios higiénicos con todo el implemento necesario.

#### DE LOS CEMENTERIOS

Art. 12.- los inmuebles destinados para este efecto del cementerio gubernamental o publico serán irrevocable y exclusivamente para dicho fin

Art. 13.- Los cementerios contarán con:

- a) sala para examen post-mortem,
- b) Áreas verdes.
- c) redes de agua y alcantarilla.

- e) Señalética y alumbrado funcional.
- f) Plan de manejo de desperdicios, en condiciones sanitarias óptimas acorde a las normas sanitarias actuales.
- g) Retretes diferenciados para hombres, mujeres y personas con capacidades especiales adecuados e implementados con todos lo necesario para dicha función.
- h) Manual de procedimientos en caso de emergencia.

Art. 14.- los centros que sean usados de necrópolis cuya ubicación sea favorable para la proliferación de mosquitos deberán por obligación colocar tierra húmeda en los floreros en lugar de agua y deberá tener constante mantenimiento a fin de evitar que los estancamiento de agua pasen a ser criadero de mosquitos

Art. 16.- las necrópolis se ubicaran en sectores alejados de vertientes que luego alimenten pozos que abastezcan a la ciudadanía del mismo modo no podrán ubicarse en zonas protegidas

Las necrópolis contaran con un cercado de un mínimo de 2.00 m de altura construidos con bloques o ladrillos.

El cementerio no podrá ser dividido por autopistas carreteras o avenidas

Art. 18.- Deberá destinar un espacio físico para la construcción de sepulcros en tierra y otro para fosa común,

Art. 19.- Con fines estadísticos todo cementerio llevará los siguientes registros:

- a) Entierro: documentación completa del occiso lugar, hora y motivo de su deceso e inhumación
- b) Desentierro y posterior entierro: documentación completa del occiso y orden judicial

- c) Incineración, si se cuenta con el servicio: documentación completa del occiso, causa fecha y solicitud de incineración
- e) Documentación legal de uso o transferencia de sepulturas
- f) Planos arquitectónicos del lugar aprobados por el GAD municipal

Art. 22.- El representante legal del centro está obligado a mantener en óptimo estado las criptas y evitar que se exterioricen restos de los occisos

Art. 23.- Las bóvedas, deberán ser construidas del siguiente modo:

- a) Infraestructura interna hecha con materiales lavables, impermeables y absorbentes que garanticen normas sanitarias
- b) Deberán contar también con alumbrado y ventilación natural y artificial según las normas laborales actuales
- c) Redes eléctricas en perfecto estado

## DE LOS CREMATORIOS

Art. 24.- Los centros en los que se practique la incineración como método para la inhumación de cadáveres deberán cumplir con las siguientes normativas:

- a) Previa construcción del crematorio se deberá contar con la autorización emitida por el GAD municipal y la autoridad ambiental respectiva
- b) El equipo humano debe estar formado en procesos crematorios actuales
- c) Las instalaciones están obligadas a tener las siguientes características:
  - 1. Equipos crematorios que obedezcan las normas actuales medioambientales.
  - 2. Instalación frigorífica adaptada para 3 cadáveres como mínimo
- d) Centros de atención al ciudadano

e) Antecámara.

f) Baños acordes a la capacidad de sus servicios prestados, diferenciados para hombres, mujeres y personas con capacidades especiales equipados con los equipos de aseo necesarios

g) Áreas verdes y estacionamiento vehicular.

Art. 25.- Después de la incineración los restos serán colocados en embaces de fácil combustión que no permita la salida de malos olores

## DE LAS INHUMACIONES DE CADÁVERES HUMANOS

Art. 31.- Solo los cementerios y criptas están autorizados para la inhumación de cadáveres

Art. 33.- Para proceder a la inhumación se deberá contar antes con un certificado médico obligatorio que confirme la muerte del sujeto y establezca sus causas.

### 2.3. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN. CONCEPTUALIZACIÓN

#### **Variable dependiente**

**Diseño de un modelo de plan de negocios:** se define como la creación de la ruta a seguir o manual conceptualizado para que una idea llegue a su concepción, en esta guía se enumeraran secuencialmente las fases del plan, para lo cual deben ser analizados todos los aspectos internos y externos pertinentes.

#### **Variable independiente**

##### **Creación de bosques y apreciación simbólica de personas fallecidas.**

La creación de bosques se lleva a cabo mediante el tratado de la tierra para su posterior cultivo, esto con el fin de reforestar ciertas áreas, que mitiguen el daño ambiental que sufre el planeta y por el cual desastres naturales cada vez surgen con mayor frecuencia.

En cuanto a la apreciación simbólica de personas fallecidas, se refiere a mediante el plan de negocios idear el método que incentive dicha apreciación simbólica usando hermosos árboles.

## **2.4. GLOSARIO DE TÉRMINOS**

EXEQUIAL: brindar servicios fúnebres de inhumación

ECOFUNERALES. Servicios funerarios con tendencia ecológica usualmente practicados en Asia.

CREMATORIO: lugar donde los cadáveres son incinerados hasta ser convertidos en cenizas.

INHUMACIÓN: acción de enterrar un cadáver “inhumar”

TANATORIOS O VELATORIO: instalación que se dedica a practicar velaciones

TANATOPRAXIA: técnica para la conservación y el embellecimiento del cadáver “maquillaje”

TANATOPRACTOR: persona que practica la tanatopraxia “embellecimiento de cadáveres”

NECRÓPOLIS: antiguamente conocido como lugar donde se encuentran enterrados los restos humanos.

DESMALEZADORA: herramienta utilizada en la jardinería industrial para la eliminación de la maleza.

LOTE O NICHOS: área de terreno destinada a un fin común.

LAYOUT: División imaginaria de espacios para la adecuación de estructuras.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1 Presentación de la idea para el plan de negocios

El plan de negocios que se pretende realizar contempla la formación de un cementerio con una filosofía completamente ambientalista y renacentista en la que la muerte no es una limitante sino más bien el principio de algo majestuoso , la idea del plan de negocios es transformar las cenizas de las personas fallecidas en hermosos arboles mediante procesos de incineración y posteriormente ubicando esas cenizas en urnas biodegradables mismas que al fundirse con la tierra y una semilla que es colocada en el interior, dé como resultado el nacimiento de un hermoso árbol, mismo que crecerá en honor a la persona fallecida logrando con ello honrar su memoria de un modo más significativo y permitiéndole a la vez seguir siendo parte del ciclo la vida

A su vez permitiendo que como último recuerdo de su paso por la tierra entregue un gesto hacia la misma que mitigue en algo el daño ambiental que el ser humano causa y cree un mejor futuro para los que en ella aun habitan

Bien podría considerarse como la combinación de creencias hinduistas y budistas en las que el alma es solo un viajero que vaga de cuerpo en cuerpo imaginando su vida y muerte se pretende que el nombre de la empresa sea **“Bosques del Renacer”**

## **3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1 Tipos de investigación**

#### **Investigación descriptiva**

Según (Lifschitz, 2015) en la investigación descriptiva se deberán tomar en cuenta todas las variables y se medirá cada una de ellas con el fin valga la redundancia de describir todas y cada una de ellas, siendo así que la investigación descriptiva es carácter de cuantitativo y cualitativo

El estudio del plan de negocios es una investigación de tipo descriptiva pues en él se analiza y describe en detalle los factores internos como el capital, la mano de obra o la infraestructura y los factores externos como la política y la competencia

#### **Investigación correlacional**

Los estudios correlacionales miden la relación entre dos variables y la manera de interactuar entre sí, de modo que la investigación correlacional mide las respuestas entre dichas variables a un mismo estímulo para determinar si la variable A responde igual o a la inversa que la variable B cuando existe correlación entre las variables se crea un modelo de predicción.

El estudio del plan de negocios se considera una investigación de tipo correlacional pues mediante él se analizara la relación que tiene la aceptación de la idea del plan de negocios con la región natural.

#### **Investigación explicativa**

La investigación explicativa pretende guiar a la comprensión de determinados eventos, apuntando a las causas que debieron darse para que esto ocurriese, sujetos a la comprobación de hipótesis identificando las causas y sus resultados

Se considera al plan de negocios una investigación de tipo explicativa pues en ella se encamina al lector hacia la asimilación de la idea de negocios que se propone

### **3.2.2 PASOS PARA LA INVESTIGACIÓN**

Para que un plan de negocios sea efectivo y se puedan a partir del mismo tomar decisiones acertadas para el bienestar de la empresa es necesario darle la importancia y el tiempo que se merece

Se procede a realizar diversos análisis con el objetivo de recabar información que sirva para evaluar el riesgo que pudiera resultar de la puesta en marcha del plan de negocios, definir a que mercado meta al que va dirigido el estudio e incluso cuantos compiten en él.

(Valdivia, 2011) Sostiene que un plan de negocios consta de 8 pasos

#### **1.- Justificación del plan de negocio**

Cuando se crea una nueva empresa es necesario elaborar un plan de negocio. En la elaboración de este el primer paso consiste en la justificación, en el cual se deberá argumentar la utilidad que tendrá, él ¿porqué? es importante, ¿de dónde nace la idea? y ¿a qué necesidad obedece?, debe contar además, en su estructura con una misión y visión.

La justificación del plan de negocio requiere de investigar la diversidad de alternativas para la inhumación que actualmente se realizan en el mundo así como el porqué de su iniciativa, y la motivación de la misma. Para recabar dicha información se deberá consultar libros, informes, proyectos que se vinculen directa o indirectamente con el tema, mismos que podrían ser físicos o digitales.

La tecnología de la información hoy permite acceder a una fuente inmensa de información que podría ser tomada como fuente o adaptarse al tema en contexto.

## 1.1.-MISION

La misión de una empresa es la razón de ser de la misma y en ella se describe la actividad actual de la empresa. Al momento de elaborar una misión es importante preguntarse ciertas cosas:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué queremos?
- ¿Por qué lo hacemos?
- ¿Dónde trabajamos?
- ¿Por qué trabajamos?
- ¿Para quién trabajamos?

## 1.2.-VISION

(Fleitman, 2000) Define la visión como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”.

La visión bien puede considerarse como las metas secuenciales de una empresa, cuando estas se hayan cumplido es momento de fijarse nuevas y definir las estrategias a seguir para continuar su desarrollo

Para desarrollar de manera correcta una visión se deberán hacer ciertas preguntas:

- ¿Cuál es la imagen que se pretende proyectar?
- ¿Que seremos?
- ¿Qué haremos?
- ¿Cómo lo haremos?

## 2.- Análisis FODA

El análisis FODA es una de las herramientas más efectivas de un plan de negocios y se usa para determinar mediante ella las FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS en la organización

Para la realización del análisis FODA se detallara los pros y contras que pudiera tener la idea, las ventajas, los prejuicios y la oportunidad de penetración en el mercado, posteriormente se enlistara mínimo 5 fortalezas 5 amenazas, 5 debilidades y 5 oportunidades, después con dicha información se elabora una tabla para luego combinar las fortalezas con las amenazas, debilidades con oportunidades, oportunidades con amenazas etc... A fin de determinar las estrategias efectivas que potencien los aspectos positivos del proyecto y minimicen el impacto negativo que pudiera presentarse.

(Talancón, 2006) La mecánica del análisis FODA consiste en evaluar los factores internos, fuertes y débiles de una organización a fin de determinar la situación interna de la empresa, del mismo modo se evalúan los factores externos es decir las oportunidades y las amenazas.

Esta sencilla herramienta permite tener una idea clara de la situación actual de la empresa, una vez la organización maneje dicha información elaborara estrategias que den equilibrio a la situación interna y externa, es decir las oportunidades y amenazas.

### ¿CÓMO SE IDENTIFICAN LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES EN UNA ORGANIZACIÓN?

Se denomina fortaleza a una acción que una organización realiza de un modo efectivo, también pueden ser habilidades o tributos especiales del talento humano. Los recursos con los que la organización cuente que de cierto modo le brinde al cliente un bien o servicio de mejor calidad o en un tiempo menor también son considerados fortalezas

Por otra parte, son consideradas debilidades las acciones que la organización realice de un modo ineficiente o de menor calidad, el mal trato al cliente o las falencias en sus procesos.

El uso de tecnología antigua o defectuosa que altere la calidad del producto o servicio ofertado.

Una vez realizado el ANALISIS FODA se recomienda a fin de tener una idea mejor estructurada y con mayor base que la justifique desarrollar 3 análisis complementarios:

El análisis estratégico mediante la MATRIZ MEFI

El análisis estratégico mediante la MATRIZ MEFE

El análisis estratégico mediante la MATRIZ MAFE.

## 2.1.-ANALISIS ESTRATEGICO MEDIANTE LA MATRIZ MEFI

Ya elaborada la matriz FODA, en la cual se detallan los factores que afectan el desarrollo de la empresa, mismos que pueden ser internos y externos se procede a realizar la matriz de evaluación de los factores internos "MEFI" la cual solo tomara en cuenta los factores internos de la empresa (Fortalezas y Debilidades) y estará constituido de 5 etapas.

- Para realizar la matriz de evaluación de factores internos "MEFI" primero se elabora un cuadro y en él se procede a enlistar las Fortalezas y Debilidades de la organización.
- Posteriormente se asigna un peso que va desde 0.0 (no muy importante hasta 1.0 (muy importante) el peso que le asigne representa la importancia del mismo para la organización la suma de todos ellos debe de resultar 1.00
- Establece un rango de importancia en donde uno representa (poco importante) y el 4 es el máximo nivel de importancia.
- Multiplica los factores del peso por el nivel de importancia a fin de obtener el valor del peso ponderado.
- Sumar todas las calificaciones ponderadas a fin de obtener la calificación ponderada total de la empresa.

## 2.2.-ANALISIS ESTRATEGICO MEDIANTE LA MATRIZ MEFE

Habiendo realizado la matriz FODA y la matriz MEFI, con el fin de ampliar aún más en el análisis de la organización se elabora la matriz de evaluación de los

factores externos (MEFE), la cual como su nombre lo dice le permite al analista evaluar la situación externa de la organización

Para su realización se procede de la siguiente manera.

- Se enlistan los factores externos de la organización (Oportunidades y Amenazas)
- Asignar un peso cuyo rango comience desde 0 (irrelevante) hasta 1.0 (relevante o muy importante), como en el caso anterior la suma de las oportunidades y amenazas debe dar 1.0.
- Calificar con un rango del 1 al 4 siendo que 4 es considerada una respuesta superior, 3 una respuesta superior a la media, 2 una respuesta de término medio y 1 una mala respuesta.
- Para obtener una calificación ponderada es necesario multiplicar los factores de su peso por su calificación.
- Se deben sumar los valores ponderados de todas las variables a fin de tener como resultado el valor ponderado total.

### 2.3.-ANALISIS ESTRATEGICO MEDIANTE LA MATRIZ MAFE.

Una vez realizado el análisis de la matriz FODA se debe proseguir con la matriz MAFE, la cual toma la información enlistada de los factores externos (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas) a fin de determinar estrategias con la combinación de las mismas.

1. Estrategia FO: Combina una fortaleza que es un factor interno con una debilidad que es un factor externo de la organización a esta estrategia también se la llama (Maxi-Maxi) pues maximiza las fortalezas y las oportunidades.
2. Estrategia DO: Combina una debilidad que es un factor interno de la organización con una oportunidad externa a esta estrategia se la conoce como (Mini-Maxi) pues su fin es minimizar las debilidades a la vez que maximiza las oportunidades.

3. Estrategia FA: Combina una fortaleza que es un factor interno con una amenaza externa, a esta estrategia se la conoce como (Maxi-Mini) pues su uso pretende maximizar las fortalezas para minimizar las amenazas de la organización.
4. Estrategia DA: La estrategia da es una estrategia defensiva, combina una debilidad interna con una amenaza externa, se la conoce como (Mini-Mini) y pretende disminuir el impacto de las amenazas y debilidades o al menos sobrevivir a ellas.

### **3.- Impacto del proyecto**

#### **3.1.- Proceso de identificación de impacto del proyecto**

Este proceso permite determinar el grado de afectación positiva o negativa que tendría el hecho de realizar o no el proyecto en la ciudadanía en general, para llevarlo a cabo se deben responder las siguientes interrogantes.

- Con que elementos que no cuenta hoy, aportara al bienestar ciudadano la realización del proyecto.
- De qué elementos deberá prescindir la ciudadanía con la realización del proyecto, los cuales estarían intactos con la no ejecución del mismo.

Los impactos sociales pueden ser:

- Desarrollo socioeconómico
- Mercado laboral
- Cohesión social
- Trabajo decente

### **4.- Estudio de mercado**

El estudio de mercados se define como el conjunto de técnicas y análisis que permiten definir el potencial comercial de un proyecto, debido a esto, este estudio figura entre los más complejos e importantes a la hora de realizar un plan de negocios pues también revela aspectos importantes que deben ser tomados en cuenta y que aparecerán en el transcurso del mismo

Como su nombre lo evidencia en este estudio se tomaran en cuenta aspectos del mercado o entorno del proyecto, su oferta y demanda, las estrategias comerciales del mercado, los canales de distribución así como la publicidad y promoción todo esto desde el análisis del costo beneficio de las mismas (Cordova, 2002)

## PASOS A SEGUIR EN LA REALIZACION DE UN ESTUDIO DE MERCADOS

Según (Medina, 2002) Para la ejecución de un estudio de mercados es necesario llevar a cabo estos 5 pasos básicos.

### 4.1.- DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Para definir el problema del modo correcto es necesario tener conocimiento exacto de la situación actual del tema a tratarse, de lo contrario las soluciones a implementarse serán erróneas o no tendrán el fin deseado.

Al ser una idea de negocios pionera en el país y Latinoamérica no pretende dar solución a un problema específico que el mercado presente más bien contempla la posibilidad de apertura de un mercado, explotar la idea de las inhumaciones ecológicas y de ver la muerte como el principio de algo majestuoso para el planeta, la idea de que en un futuro los cementerios sean inmensos bosques que purifiquen el país, impulsa al estudio de este plan de negocios, a la vez que crea espacios para el esparcimiento y podría fomentar el turismo.

### 4.2.- NECESIDADES Y FUENTES DE INFORMACIÓN

Para la ejecución de un estudio de mercados existen dos tipos de fuentes de información, las fuentes primarias o de campo como encuestas y demás y las secundarias las cuales podemos encontrarlas en estadísticas gubernamentales o bases de datos.

En este caso las fuentes de información tomadas en la realización del plan de negocios han sido las primarias o fuentes de campo, para ello se ha hecho uso de encuestas, esta herramienta nos permitirá identificar la percepción que tienen ciertas personas respecto a la idea de negocios, cuanto valor estiman conveniente pagar por el servicio, de qué región son e inclusive el grado de importancia que tiene para ellos la adquisición temprana de un plan funerario, con el fin de ampliar aún más el alcance de la encuesta, la misma será realizada con un sistema informático y publicitada en las principales redes sociales para que cualquier persona sin importar donde se encuentre pueda llenarla, el sistema informático tomara las respuestas, las tabulara e inclusive realizara sus respectivos gráficos, este método de encuesta moderno permite minimizar los gastos del análisis de mercado a la vez que elimina las limitaciones de la misma.

#### 4.3.- RECOPIACIÓN Y TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE DATOS

Se hará necesario para la recopilación y tratamiento estadístico diseños de proyección de datos diferentes, dado que sistema informático por medio del cual se realizaran las encuestas también cumple la función de tratamiento estadístico y construcción de gráficos este paso se realizara desde la plataforma informática.

#### 4.4.- PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Una vez se cuente con la información se procede a su análisis y procesamiento a fin de tomar la de mayor relevancia y proceder a la toma de decisiones en base a ello.

En la ejecución del estudio de mercados se optó por la utilización de encuestas como principal herramienta del estudio ya que mediante ella se puede esclarecer la idea que tiene la ciudadanía con respecto al plan de negocios, debido a la indisponibilidad de tiempo necesario para llevarlas de modo personalizado y directo con el encuestado, esta fue realizada a través de la página web <http://www.e-encuesta.com/> generalmente al realizar un estudio de mercados y una encuesta en específico se debe antes realizar un cálculo

muestral para determinar la población a encuestar ya que mediante esta herramienta se pueden realizar un máximo de 100 encuestas se optó por tomar ese número de encuestas como tamaño muestral.

## **5.- Separabilidad del proyecto.**

Para una mejor realización del mismo se procederá a separarlo en tres sub-proyectos que aborden diferentes área

### **INSTALACIONES.**

Comprende la construcción de las instalaciones y todo el inmobiliario del cementerio, esto incluye la compra del terreno la construcción de las diferentes estructuras y la adecuación de las mismas.

### **SERVICIOS.**

Esta comprenderá el sector administrativo y operacional del cementerio y de los diversos servicios que este ofertara, también es la encargada del mantenimiento o compra de los insumos que se necesiten para llevar a cabo el servicio.

## **6. Análisis administrativo**

### **Organigrama**

- Estructura jerárquica de la empresa

(rozenswing, 1970) Definen a la estructura organizacional como el “modelo de las relaciones establecido, entre las diferentes partes de la organización”.

En el instante en que la organización decide contratar personal para cubrir las exigencias de los diferentes campos, la gerencia debe analizar ciertas interrogantes, como ¿cuáles son las tareas para las que se desea contratar personal?, o ¿qué características conocimientos o habilidades debe de tener la persona idónea a ocupar esa plaza?, ¿es realmente necesario contratar?(Vainrub, 1996)

Llegados a este punto se procederá a realizar un organigrama de la organización y los requerimientos y habilidades pretendidos para cada uno de los integrantes del mismo.

## 7. Análisis legal

### 7.1. Nombramiento judicial.

Determina el tipo de formación legal que tendrá la organización, si esta será constituida mediante personería natural o natural.

¿Que entendemos por persona natural?

Son todos los seres humanos nacionales o extranjeros que lícitamente realizan actividades de negocio y responden con su patrimonio por las obligaciones de la organización (negocios, 2009).

Ventajas y desventajas de la personería natural.

Ventajas:

- Facilidad de constitución.
- Mínima inversión por su constitución legal
- Mínimo requerimiento contable y tributario.
- Facilidad de venta.
- Administración y responsabilidad personal.

Desventajas

- Responsabilidad recae sobre una sola persona.
- El capital se limita a lo que el dueño posea o el financiamiento que pueda conseguir.
- Trabas al momento de adquirir un crédito

¿Que entendemos por persona jurídica?

El Art # 564 del código civil ecuatoriano define a una persona jurídica como “Se llama persona jurídica una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles y de ser representada judicial y extrajudicialmente.”

Hay que tener en cuenta que las organizaciones con nombramiento jurídico son las empresas quienes asumen la responsabilidad y no los propietarios de las obligaciones que la misma contraiga y es su patrimonio el que se presenta como garantía.

Ventajas y desventajas de la personería jurídica.

Ventajas.

- Mayor capital aportado por un número mayor de socios.
- Organizaciones de responsabilidad limitada
- Facilidad crediticia.

Desventajas.

- Para su constitución se exige un capital mayor.
- Mayores requerimientos para su constitución.
- Obligaciones contables mayores.
- En caso de darse por liquidada o vendida requiere un trámite mayor.

7.2. Requisitos y licencias.

Investiga y determina cuales son las entidades estatales a los que la organización se debe regir y cuáles son los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento respectivo.

## **8. Análisis financiero**

El análisis financiera es una herramienta que permite al potencial inversionista determinar la rentabilidad financiera y la determinación del riesgo que ello implica, con el objetivo de facilitar la comprensión del o los posibles

inversionistas se recomienda realizarse en Excel, las proyecciones y los análisis financieros deben tener una justificación técnica y lógica

Las herramientas financieras que suelen usarse son:

- ANALISIS DE FLUJO DE EFECTIVO
- TIR
- VAN

## **9. Anexos**

Gráficas de proyecciones financieras.

Anexos de encuestas

Fotos demostrativas en caso de ser necesarias

## **10. Resumen ejecutivo.**

El resumen ejecutivo es considerado por los expertos como uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, siendo así que en algunos casos los inversionistas solo tomaran en cuenta este para la toma de sus decisiones si el resumen no los convence o al menos capta su atención este será ignorado, es así que el resumen ejecutivo no debe caer en redundancia, debe ser directo objetivo y conciso, debe invitar al posible inversionista a leer la totalidad del plan de negocios, este debe constar de alrededor de 2 páginas solamente, de lo contrario perdería la atención del lector.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se plantea la propuesta del modelo de negocio para una empresa de servicios funerarios y de inhumación con enfoque ambientalista, que permita honrar seres amados en la ciudad de Guayaquil.

A continuación se detallan los elementos del modelo de negocio:

#### 4.1.- Justificación del plan de negocios

En Ecuador decenas de personas mueren cada día, los medios de nuestro país a diario y sin descanso publican estas noticias. Las enfermedades, los accidentes, los desastres naturales y la inseguridad ocasionaron solo en el año 2014 un total de 62,981 muertes.

El sentir que tarde o temprano se olvidaran de quienes fueron y los logros que tuvieron en vida es lo que impulsa a muchos a esforzarse por dejar una huella y precedentes en la historia. Hay quienes deseando vivir más tiempo donan sus órganos con la esperanza que al menos una parte de ellos siga viva y dé alegría a los demás, bajo esta concepción existen en el mundo diferentes filosofías de la vida después de la muerte....

Existen varios métodos de inhumación, muchas de ellas obedecen a creencias propias o adquiridas por generaciones, otras obedecen a aspectos culturales creencias religiosas o rituales ancestrales.

Aunque no lo parezca la manera en que el mundo despide a sus muertos es muy rica según el artículo (López., 1994) los budistas no ven a la muerte como un fin, sino más bien como un comienzo, despedirse de su ropa y piel para vestir nuevas, la cuenta de sus acciones buenas y malas los llevan al renacimiento en una diferente forma y humanidad no como castigo ni recompensa, más bien como efecto natural de sus hechos en vida.

Los hinduistas por otra parte al morir son incinerados, como parte de sus creencias junto a un río que para ellos es sagrado, ellos creen que el alma se traslada de cuerpo en cuerpo y que solo imagina su nacimiento y muerte ellos piensan que el alma tiene varias vidas a través de su existencia a este ciclo ellos lo han llamado el Samsara.

La idea nace de un evento anual en Ecuador conocido mundialmente y que congrega centenares de turistas de todas partes del mundo, este evento es conocido como “El florecimiento de Guayacanes” evento que ocurre en las reservas naturales de Loja Manabí y El Oro, en el cual las flores de estos míticos árboles se tornan amarillas formando un manto dorado que cae suavemente en el bosque creando con ello un espectáculo natural hermoso.

Apaciguar el sentir del dolor de los ecuatorianos por la pérdida de un ser amado es la principal motivación del plan de negocios, de hecho mediante el mismo de un modo filosófico se pretende que el occiso no se valla del todo, quedando como recuerdo viviente y nacido de sus cenizas, un majestuoso árbol abordando diversas creencias orientales y occidentales renacentistas, al mismo tiempo dándole al país un hermoso sitio turístico y cuidando el medio ambiente.

Estamos seguros que con la ejecución del plan de negocios se cambiara la perspectiva comprensiblemente negativa que se tiene respecto a la muerte, no de modo que se incite a esperarla o buscarla sino que se acepte y se asimile de un modo un poco menos doloroso.

Dado el carácter natural de la propuesta y fieles a la imagen boscosa de la misma se pretende abaratar costos en infraestructura de concreto, haciendo lucir al cementerio como un paraíso natural.

Confiamos en que la belleza natural del bosque cementerio unido a la filosofía renacentista del cual la empresa será imagen y a un adecuado plan de marketing propiciara que la preferencia del cliente se incline a favor.

El proyecto aportara grandes beneficios a los ciudadanos de Guayaquil, no solo proporcionara un lugar de esparcimiento y apreciación natural turística sino

también ayudara a la purificación del aire en Guayaquil, ciudad considerada una de las más contaminantes del Ecuador.

Proyectos similares llevan ya varios años en países de Europa y Asia, como es el caso del “PARQUE ROBLES BLANQUES” ubicado en El Papiol (Barcelona).

Con más de 30 años en el mercado dicho cementerio es considerado referente europeo en gestión medioambiental, gestión que le ha hecho merecedor al galardón de “Mejor iniciativa medioambiental” en el marco de la segunda edición del concurso de cementerios de España que organiza la revista (Funespaña, 2015).

En Barcelona según (Integrals, 2011) el 50% de las incineraciones opta por ataúdes ecológicos que permitan enterrar los restos humanos sin causar posteriores daños medioambientales el uso de urnas biodegradables también creció llegando a un 30%, las inhumaciones tradicionales siguen siendo las de mayor demanda sin embargo el crecimiento de alternativas eco amigables sigue en auge.

El negocio que se propone en este modelo plantea una empresa que brindará servicios funerarios y de inhumación con un enfoque medioambiental, dirigido a segmentos de la sociedad formado por personas que de un modo filosófico desean seguir existiendo aun cuando su vida se haya ido, que desean convertirse en vida, albergar vida y dar vida al mundo y aún más allá de la muerte ser útil a la humanidad.

De igual forma contribuirá a resolver la problemática mundial relacionada con aspectos medio ambientales, y como la aplicación del mismo ayudaría a atenuar dichos problemas.

El proyecto está en correspondencia vincula directamente con el plan nacional del buen vivir que plantea en su objetivo No. 7 garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global.

El modelo de negocio que se propone constituye algo innovador pues trata este tipo de servicio con un nuevo enfoque, tema éste que hasta el momento ha constituido un tabú social poco abordado. El desarrollo de esta investigación servirá como referencia y podrá usarse para recabar información a fin de orientar o profundizar en el conocimiento de estos lugares de descanso como actividad económica sostenible y sustentable.

La investigación también ofrece alternativas ambientales a la deforestación y calentamiento global que si bien pueden o no ser tomadas en su totalidad podría orientar al desarrollo de medidas similares.

Las averiguaciones y datos reunidos en la encuesta e investigación servirán como objeto de estudio para facilitar o guiar en la búsqueda de información en propuestas similares o alternativas.

El plan de negocios que se propone brindará servicios de inhumación en el Ecuador con un enfoque filosófico, ambiental, diferente y único en América Latina, proponiendo cambiar los convencionalismos y la manera de como las personas desean ser recordados

#### **4.2. Descripción breve de la idea del modelo de negocios**

La idea básicamente consiste en cambiar los tradicionales mausoleos o tumbas por arboles de modo que el cementerio sea a su vez un hermoso bosque ornamental, para ello previamente se debe por obligación incinerar el cuerpo y obtener de él las cenizas, luego se hará necesario el uso de urnas biodegradables de pequeño tamaño en la cual serian colocadas las cenizas de la persona fallecida, tierra fértil de sembrado y semillas a elección del cliente, estas al ser sembradas se fusionarían con las cenizas y así nacería un árbol, que crecerá en memoria de la persona occisa siendo símbolo de renacimiento, vida y admiración.

#### **4.2.1 Misión**

Tomando en cuenta los aspectos mencionados en el tercer capítulo es necesario que en el modelo de negocio se presente la misión, la cual se realiza por la metodología planteada. Para ello se analizaron recogieron criterios de expertos en el tema tanto empresarios como académicos, además se revisaron y analizaron las misiones de diferentes tanto nacionales como internacionales, tales como Jardines del Ecuador y Jardines de Esperanza en el primer caso e internacionales como Camposanto los Rosales, Colinas de la paz en el segundo.

*La misión: Introducir al país el concepto de inhumación ecológica, mermando en nuestros clientes el daño emocional y convirtiendo su pérdida en una experiencia de renacimiento espiritual y resarcimiento ambiental.*

#### **4.2.2 Visión**

*La visión queda definida como: Ser la empresa preferida por nuestro concepto innovador, filosófico y diferente, posicionándonos en la mente de nuestros clientes como la mejor opción y el modo más bello de ser recordados.*

Se procede a validarla, mediante el método Delphi o método de validación de expertos. Éste es una herramienta de investigación cualitativa de carácter prospectivo, que generalmente estudia el futuro y la evolución de sus factores, el procedimiento del método Delphi consiste en consultar a un número impar de expertos entre 3 a 13 fundamentalmente, entre otros. Los expertos que se toman como referencia para el trabajo son conocedores en lo que se está investigando y a través de una serie de preguntas se valida la idea o propuesta deseada, cabe destacar que los expertos deberán tener basto conocimiento pertinente del tema a tratar. En este caso la validación por el método Delphi aplica a siete docentes universitarios del “Instituto Tecnológico Superior Bolivariano de Tecnología” que por sus méritos institucionales, calidad en la

docencia y experiencia en la supervisión de proyectos sin lugar a dudas son considerados expertos.

El número de expertos son 7, el panel de expertos puede ser visualizado en el Anexo 1

El cuestionario aplicado se muestra en el anexo 2 y los resultados son:

- La adición de la palabra “Somos” al inicio de la misión denota seguridad y mayor presencia.
- La misión debe describir la actividad de la empresa y la razón de la misma así como parte de los objetivos a corto plazo.
- En la visión debe constar el lugar en el que está constituida la empresa.
- Dado que la misión vislumbra el futuro al cual la empresa aspira se opta por iniciar la oración con la frase “Llegar a ser”.

Una vez aplicado el cuestionario habiendo cumplido con los procedimientos que conlleva el método Delphi, expuestos en el Anexo 3. y aplicando los correctivos pertinentes obtenemos como misión reestructurada la siguiente:

#### MISION RESTRUCTURADA.

Somos una empresa ecuatoriana que brinda servicios exequiales con una filosofía ecológica y humanista con el objetivo de mermar el daño emocional que sufren las personas al perder a un ser amado, nuestra empresa permite a cada persona al morir ser convertida en un hermoso árbol, honrando con ello su memoria del modo más significativo.

#### VISION RESTRUCTURADA.

Llegar a ser la empresa de servicios exequiales de preferencia en el Ecuador otorgando a nuestros clientes la posibilidad de un modo filosófico de renacer, retroalimentándonos constantemente en pro de una mejora continua en beneficio de nuestros clientes.

Los resultados graficados en su totalidad se encuentran en el anexo 4.

### 4.3 Análisis estratégico

#### 4.3.1 Análisis estratégico mediante la matriz FODA

Para la realización del análisis FODA se tomó como referencia los estudios expuestos en el libro (David, 1997) adaptándolo a la idea de negocios que del proyecto.

**Figura 4.1.** Matriz FODA

<b>ANALISIS FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Idea innovadora y nueva en América Latina	Desconocimiento de métodos efectivos de sembrado y cuidado del árbol.
Incurre en la sensibilidad humana	Dudas de la ciudadanía respecto a alternativas de inhumación
Ofrece estabilidad definitiva para los restos	Desconocimiento de la metodología en los procesos de la organización.
Valor inferior al de la competencia.	Compra del producto principal a terceros
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Apoyo nacional a iniciativas que fomenten el desarrollo ambiental y turístico.	Ausencia en la legislatura que apoye o condene la iniciativa.
Apertura de un segmento de mercado, diferente y con potencial.	Que la iniciativa no tuviera la acogida esperada.
Suelo ecuatoriano fértil a precio razonable.	Desastres naturales.
Alta rentabilidad del plan de negocios.	Reglamento requisito y tramite altamente costoso.

Fuente: (Thompson., 1998).

### 4.3.2 Análisis estratégico mediante la matriz MEFI

El análisis de la matriz MEFI que se explica en el capítulo anterior se representa En la figura 4.2.

**Figura 4.2.** Matriz MEFI

<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total ponderado</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
Idea innovadora y nueva en América Latina.	0.12	2	0.24
Incurre en la sensibilidad humana.	0.15	2	0.30
Ofrece estabilidad definitiva para los restos.	0.10	2	0.20
Valor inferior al de la competencia.	0.10	3	0.30
<b>DEBILIDADES</b>			
Ausencia en la legislatura que apoye o condene la iniciativa.	0.20	4	0.80
Que la iniciativa no tuviera la acogida deseada	0.07	2	0.14
Desastres naturales.	0.06	2	0.12
Reglamento requisito y tramite altamente costoso.	0.20	4	0.80
<b>TOTAL</b>	<b>1.0</b>		<b>2.90</b>

Fuente: (Thompson., 1998)

La suma del total ponderado tiene como resultado 2.90, un 0.40 superior a la media que es 2.50, cabe decir que en este ejercicio la importancia no radica en la suma de las fortalezas y debilidades en conjunto sino más bien en la comparación del total ponderado de las fortalezas versus el total ponderado de las debilidades con ello se establece si la suma de las fuerzas internas de la empresa son favorables o no lo son.

En este caso las fuerzas internas de la organización son desfavorables pues la suma del valor ponderado de las fortalezas resulta 1.04 y la suma del valor ponderado de las debilidades es 1.86.

### 4.3.3. Análisis estratégico mediante la matriz MEFE

En el análisis estratégico de la matriz MEFI también se realiza un análisis de los puntos débiles y las falencias que presentan las empresas del mercado actual, y otras oportunidades que brinda el gobierno en la actualidad, tales como incentivos y deducibles. Ver Figura 4.3.

**Figura 4.3** MATRIZ MEFE

<b>FACTORES EXTERNOS A ANALIZAR</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso ponderado</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Apoyo nacional a iniciativas que fomenten el desarrollo ambiental y turístico.	0.08	2	0.16
Apertura de un segmento de mercado, diferente y con potencial.	0.15	3	0.45
Suelo ecuatoriano fértil a precio razonable.	0.15	4	0.60
Alta rentabilidad del plan de negocios.	0.15	3	0.45
<b>AMENAZAS</b>			
Ausencia en la legislatura que apoye o condene la iniciativa.	0.20	3	0.60
Que la iniciativa no tuviera la acogida esperada.	0.10	2	0.20
Desastres naturales.	0.02	1	0.02
Reglamento requisito y tramite altamente costoso.	0.15	4	0.60
<b>TOTAL</b>	<b>1.0</b>		<b>3.08</b>

Fuente (Thompson., 1998).

El éxito de este análisis es que la suma de los resultados ponderados de las oportunidades sea mayor a la suma de los resultados ponderados de las amenazas, dichas sumas se obtienen al multiplicar su peso ponderado por la calificación. Es decir, en este análisis se concluye que el factor externo de esta organización es positivo o favorable para la misma, ya que las oportunidades

son mayores que las amenazas y esto posibilita el diseño de estrategias que minimicen las amenazas externas.

El peso ponderado total externo es de 3.08 de los cuales las oportunidades tienen 1.66 de peso ponderado, mientras que las amenazas suman un total de 1.42 como peso ponderado total.

#### 4.3.4. Análisis estratégico mediante la matriz MAFE

Para la ejecución de la MATRIZ MAFE se hizo necesario indagar en la literatura especializada, proyectos, en otros planes de negocio el método efectivo para vincular las fortalezas debilidades amenazas y oportunidades a fin de que den como resultado la estrategia de mayor eficacia.

Para el desarrollo de las estrategias se vinculan los factores internos y los externos, positivos y negativos, por lo que se necesitan análisis en detalle de cada factor. Para ello ver Figura 4.4.

**Figura 4.4.** Análisis estratégico mediante la matriz MAFE

<p>Análisis estratégico mediante la matriz "MAFE"</p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Idea innovadora y nueva en América Latina.</li> <li>2. Incurre en la sensibilidad humana y valores ambientales.</li> <li>3. Ofrece estabilidad definitiva para los restos humanos.</li> <li>4. Valor inferior al de la competencia.</li> </ol>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desconocimiento de métodos efectivos de sembrado y cuidado del árbol.</li> <li>2. Dudas de la ciudadanía respecto a alternativas de inhumación.</li> <li>3. Desconocimiento de la metodología en los procesos de la organización.</li> <li>4. Compra del producto principal a terceros</li> </ol>
---	---	---

<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apoyo nacional a iniciativas que fomenten el desarrollo ambiental y turístico.</li> <li>2. Apertura de un segmento de mercado, diferente y con potencial.</li> <li>3. Suelo ecuatoriano fértil a precio razonable.</li> <li>4. Alta rentabilidad del plan de negocios.</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIA “FO”</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.(F1+O1) Investigar y presentar la iniciativa a las entidades correspondientes a fin de posibilitar un financiamiento</li> <li>2. (F4+O4) Enfatizar a posibles inversionistas la idea de invertir en una oportunidad de negocio con alto margen de rentabilidad, ofreciendo un servicio a un precio inferior al de la competencia.</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIA “DO”</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.(D1+O3) Determinar qué tipo de suelo presenta mejores características a fin de que los arboles tengan un mejor y más bello crecimiento</li> <li>2. (D4+O2) Investigar los procesos que conlleva el diseño y creación de Urnas biodegradables a fin de no necesitar adquirirlas a terceros.</li> </ol>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ausencia en la legislatura que apoye o condene la iniciativa.</li> <li>2. La iniciativa no tenga la acogida esperada.</li> <li>3. Desastres naturales.</li> <li>4. Reglamento requisito y tramite altamente costoso.</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIA “FA”</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. (F3+A2) Destacar que el servicio es definitivo, que no será necesario pagos posteriores, y que sus restos no serán trasladados a ningún lugar.</li> <li>2.(F2+A2) Acentuar la posibilidad filosófica de vivir eternamente, y de ser recordados del modo más significativo</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIA “DA”</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.(D2+A2) Capacitar a la ciudadanía sobre las ventajas de la inhumación ecológica y la filosofía renacentista que la empresa pretende proyectar</li> <li>2.(D3+A4) Contratar una empresa legal a fin de determinar la factibilidad legal de la organización</li> </ol>

Fuente: (Thompson., 1998)

#### 4.4. Impacto del proyecto

La realización del proyecto influirá de muchas y variadas formas en la ciudadanía en general y aún más en las personas residentes en la ciudad de Guayaquil, lugar donde se pretende la realización del mismo.

El impacto ambiental que tendrá la propuesta de bosque cementerio está entre las grandes fortalezas que contempla el modelo de negocios, pues al dotar a Guayaquil de “Bosque Cementerio” de alrededor de 25 hectáreas, alivianará la carga contaminante que emite sus industrias tales como la industria automotriz la cual según datos estadísticos publicados por la INEC responsable del 65% de contaminación total producida en la ciudad de Guayaquil, mayor aun, que la

industria de la utilización y manejo de materias primas la cual conforma el 35% restante juntas hacen de esta una de las ciudades con mayor polución del Ecuador.(ambiental) (FORTUNATO, 2002)

En el aspecto estético el proyecto constituirá una importante fuente de desarrollo turístico, pues independientemente de lo que haya debajo de los árboles o lo que estos filosóficamente representen el cementerio en sí, será un bosque ornamental, que pretende sembrar los más bellos arboles lo que en definitiva resultara en la adhesión de un nuevo sitio turístico para la ciudad. (Turístico)

En cuanto al impacto socio-económico garantizará empleo a un número de personas en edad laboral, pues para llevar a cabo sus actividades se necesitarán personas de diversas capacidades, desde ingenieros, abogados o administradores hasta personal operativo, albañiles y jardineros por lo que la realización del mismo generara plazas de empleo temporal y permite para muchos ciudadanos.(Desarrollo socioeconómico)

La realización de este proyecto tendría un impacto enorme en las vidas de las personas en la ciudad ya que no solo la idea es alivianar en algo el sufrimiento por el que pasan, al difundir la filosofía renacentista y de exaltación a la vida de esa persona querida, sino también alivianar la responsabilidad tramitaría de los familiares ayudando en la gestión de los documentos necesarios para la inhumación respectiva. (Social)

A la vez se pretende capacitar a la ciudadanía respecto a los beneficios ambientales de la inhumación ya que incluso sabiendo que emana ciertos gases a la atmosfera es el modo más ecológico y limpio para el tratamiento de restos mortales, por otra parte gracias a la modernización cada día, este proceso cada vez se hace de un modo más eficiente minimizando aún más el daño ambiental de modo que se puede decir que el proyecto también tiene un impacto educativo en la ciudadanía. (Educación ambiental y responsabilidad social).

#### 4.5. Estudio de mercado

Para hacer el estudio de mercado es necesario determinar la cantidad de personas a ser encuestadas, lo cual se conoce como tamaño muestral, debido a que el tamaño de la población es mayor a 10.000, pues se toma como referencia la población de 2.350.915 habitantes que tiene la ciudad de Guayaquil según (censos, 2010), el cálculo se realizó para poblaciones infinitas, y la forma de calcularla es a través de la fórmula 4,1. Los parámetros definidos para el cálculo se muestran en el cuadro 4.1.

$$n = \frac{z^2 2pq}{e^2} \quad (4.1)$$

**Cuadro 4.1.** Parámetros para el cálculo de muestra

<b>POBLACIÓN INFINITA</b>	
n=	(a determinar)
Z=	2.24
P=	.70
Q=	.30
N=	Población infinita (mayor a 10.000)
e=	.25
n	1686

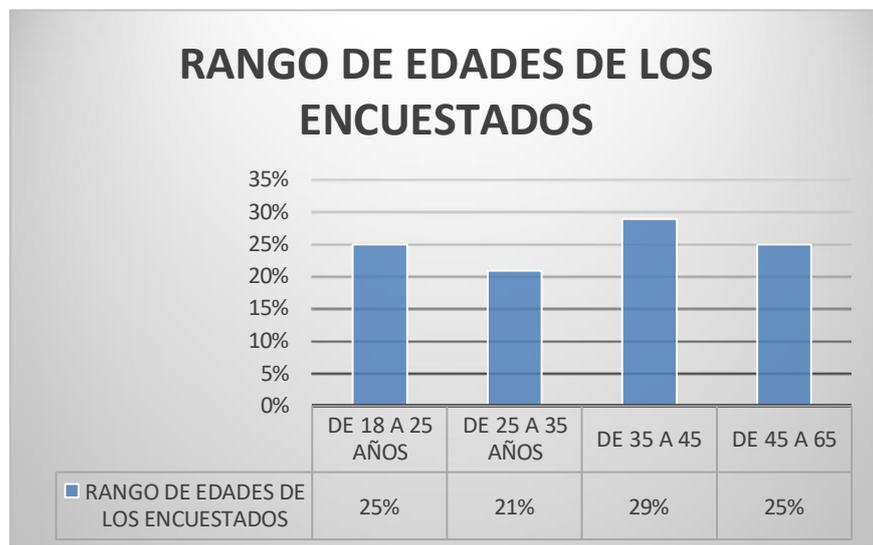
Fuente: Elaboración propia, 2016

Teniendo en cuenta que la muestra ha resultado muy alta para ser aplicada en el tiempo disponible en esta investigación, se toma como referencia 100 del total que fue lo que el tiempo permitió aplicar. Estas se aplican a las 4 regiones del Ecuador, mediante una herramienta informática gratuita. El cuestionario aparece en el Anexo 5 y se aplica a través de la plataforma <http://www.e-encuesta.com/> y los resultados obtenidos relacionan a continuación.

### Pregunta 1. Rango de edades de encuestados

La encuesta fue llenada por personas de diferentes edades, pues al estar en internet constituye de acceso libre, sin embargo el mayor porcentaje fue la comprendida en las edades de 35 a 45 años. De estos se toman como referencia los que comprenden edades desde a partir de los 35 años pues gozan de mayor estabilidad económica y podrían contratar el servicio más sin embargo aunque pocas personas de las edades comprendidas entre los 18 a 35 años puedan contratar el servicio sí que pueden influir en la decisión. Ver Grafica 4.1

**Grafica 4.1.** Rango de edades de encuestados

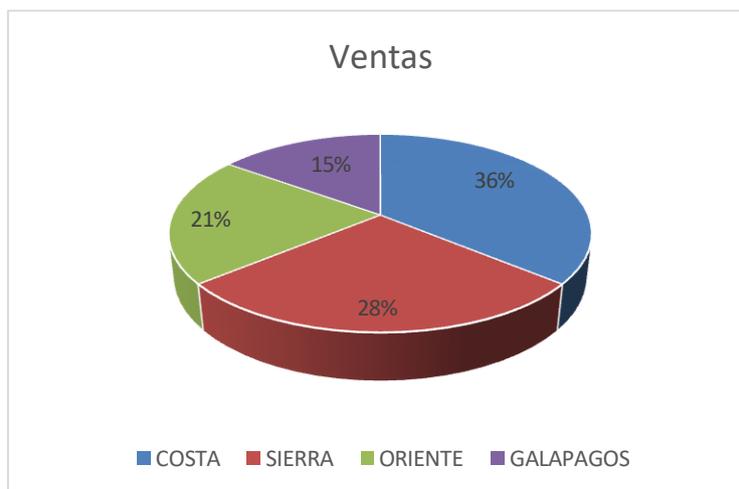


Fuente: elaboración propia, 2016

### Pregunta 2. Región del Ecuador donde vive el encuestado

El internet permite eliminar fronteras, es así que la encuesta fue respondida por personas de diferentes regiones del Ecuador. En su mayoría, el 36 % de las personas que respondieron fueron de la región Costa, seguido de la Sierra con un 28%, en el Oriente 21% y por último Galápagos con apenas un 15%. Estos resultados no solo permite cubrir un segmento más amplio sino que permitirá diferenciar la aceptación o respuesta al cambio que tienen cada región ante la propuesta a validar y de este modo determinar cuáles podrían ser las posibles amenazas a las que se enfrentaría tal implementación de negocio. Ver los resultados en la Grafica 4.2.

**Grafica 4.2.Región donde vive**

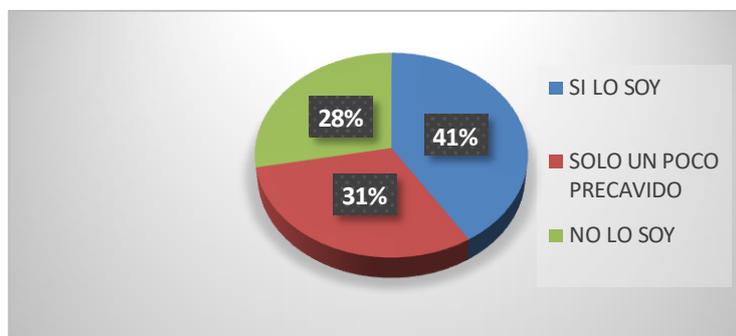


Fuente: elaboración propia, 2016

**Pregunta 3. Evaluación respecto a si las personas se consideran precavidas**

En su mayoría los encuestados como muestra la gráfica 4.3 respondieron ser precavidos en 41 % y al menos un poco menos, el 31 %. El 28 % de los encuestados, casi la tercera parte expresa que no es precavido, aunque por el conocimiento objetivo del mercado, se puede asegurar que la mayor parte de la población latina en general adquiere servicios exequiales por necesidad del momento y tan solo un pequeña porción los adquiere con tiempo y programación, pues entre las creencias populares esta que la adquisición de dichos servicios atrae malas vibras e inclusive a la muerte misma.

**Grafica 4.3.Nivel de provisoriedad**

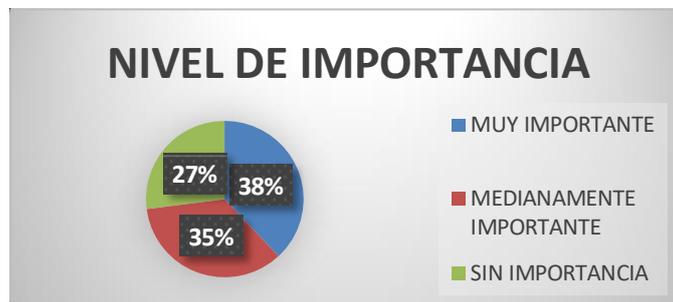


Fuente: elaboración propia, 2016

**Pregunta 4. Importancia para el encuestado de la adquisición temprana de una bóveda de cementerio en caso de presentarse una desgracia**

El 38 % de los encuestados respondieron que es muy importante el adquirir una bóveda, si bien no todos están en posibilidad real de comprar el servicio, aunque refieren que en algún momento tendrán el poder adquisitivo de hacerlo, a pesar de ello existe un porcentaje similar que lo reconoce como medianamente importante y 27 % no lo cree importante. Ver Grafica 4.4.

**Grafica 4.4.**Nivel de importancia adquisitiva de una bóveda funeraria

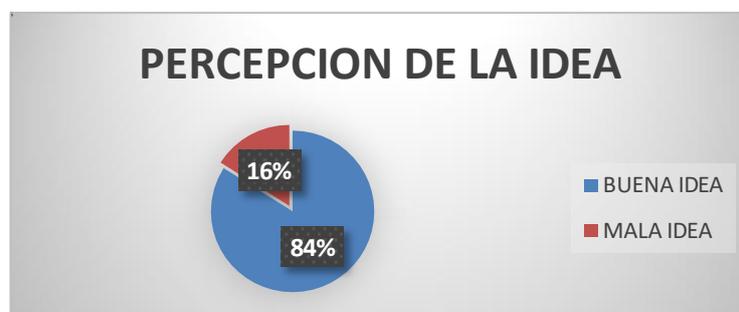


Fuente: Elaboración propia

**Pregunta 5. Opinión acerca de la idea presentada**

El 84 % del total de las personas que respondieron la encuesta refieren que la idea es muy buena, que le parece interesante esta filosofía de unirse la tierra y una semilla y den como resultado un bello árbol que represente a la persona querida que allí se encuentra, transformando el cementerio en un bosque ornamental. Ver Grafica 4.5.

**Grafica 4.5.**Percepción de la idea

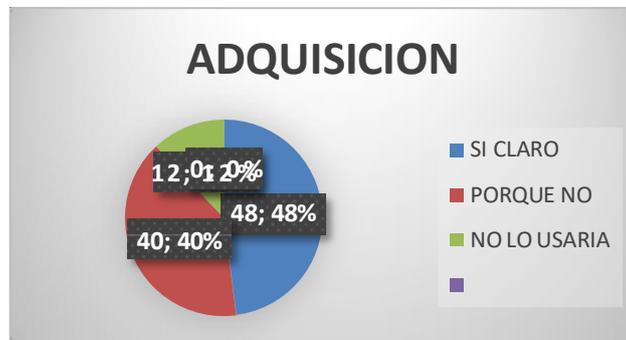


Fuente: elaboración propia

**Pregunta 6. En caso de la idea de negocios fuese un hecho si la persona la adquiriría**

En su mayoría un 48% de los encuestados respondió positivamente asegurando que de ser un hecho, usarían el servicio, sin embargo un 40% respondió “claro, porque no” una respuesta que si bien denota inseguridad sigue siendo positiva, y denota la necesidad que tiene la ciudadanía de obtener más información al respecto sobre la idea de inhumaciones ecológicas. Solo un 12% de los encuestados respondió que no lo usaría, este pequeño porcentaje representa al mercado tradicional en su mayoría formado por personas de edad avanzada. Ver Grafica 4.6.

**Grafica 4.6.** Disposición adquisitiva

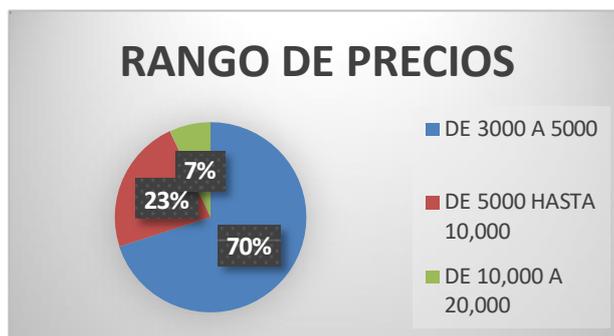


Fuente: Elaboración propia, 2016

**Pregunta 7. Valor que pagaría por el servicio**

Según los resultados de la encuesta y como es común en el pueblo ecuatoriano la mayoría conformada por el 70% optó por el precio más económico publicado, algo que no sorprende en realidad, aunque un 23% si afirmó pagaría por el servicio entre los 5.000 a 10.000 dólares, y el 7 % responde que entre 10,00.00 USD y los 20,000.00 dependiendo de sus cualidades y localización. Ver Grafica 4.7.

**Grafica 4.7.**Disponibilidad económica



Fuente: elaboración propia, 2016

#### **4.5.3. Conclusiones del estudio de mercado**

Habiendo llevado a cabo las encuestas y una vez tabuladas y analizadas concluimos que la idea de negocio de ser un hecho tendría una muy buena aceptación no solo por parte de las personas en edad avanzada sino también de la juventud comprendida entre los años 18 a 25, demostrando que las nuevas generaciones sienten mayor afinidad con las iniciativas ambientales además de tener mayor apertura a ciertos temas tabúes como lo es la muerte y sus filosofías.

Si bien en la región sierra la idea de negocio tendría una gran acogida, la costa tiene mayor porcentaje aún de aceptabilidad, cabe recordar que en la costa existe mayor porcentaje de contaminación y menos presencia de proyectos con incentivos ambientales, el poder adquisitivo en la costa en la ciudad de Guayaquil no es menor al de sierra en ciudades como Quito y Cuenca que al ser las ciudades más grandes son las principales alternativas para la puesta en marcha de un proyecto de estas características esto debido a su posibilidad económica de adquisición y a su tamaño poblacional.

El precio estimado que los encuestados creyeron conveniente bordearía los 5000 a 10 000 dólares esto dependiendo de la facilidad de acceso que tenga, los mausoleos principales, más vistosos y cercanos tendrían un mayor precio que los que se encuentren a mayor distancia o represente dificultad de acceso.

## **4.6. Análisis de mercado objetivo**

### **4.6.1. Identificación de la situación actual**

Ya que el servicio funerario es requerido por las personas muy pocas veces en la vida, los clientes del mercado comparten el hecho que desconocen los procesos a tomar en estos casos, las entidades a las que deben acudir o los procesos a seguir, mucho menos la documentación legal requerida o el ente judicial al que deben ser tramitados para obtener los permisos legalmente obligados, en este mercado los familiares son los auténticos clientes pues son quienes contratan el servicio, siendo un tema tabú pues significa el la perdida de la vida de un individuo, muy pocos se informan de este tema.(Arevana, 2010).

En este sentido es importante tener en cuenta que en el Ecuador para la inhumación de cadáveres en cementerios según el artículo 43de la Ley orgánica de la salud es obligada presentar la siguiente documentación previa al servicio. Para revisar los requisitos para la autorización por parte del ministerio de salud pública para la inhumación en cementerios revisar el (Anexo 6)

### **4.6.2. Análisis de la demanda**

El análisis de la demanda se realiza teniendo en cuenta las demanda pasadas en las situaciones actuales, es decir para ello se hará uso la base de datos y el anuario de defunciones que publica el INEC, que refleja la cantidad de defunciones en diferentes periodos. Ver cuadro 4.2.

Hay que tener en cuenta que para las funerarias o cementerios es considerado demanda todo fallecimiento, ocurrido o proyectado.

**Cuadro 4.2.** Estadística de defunciones anuales

<b>AÑOS</b>	<b>ESTADÍSTICAS DE DEFUNCIONES</b>
<b>2008</b>	60.023
<b>2009</b>	59.714
<b>2010</b>	61.681
<b>2011</b>	62.304
<b>2012</b>	63.511
<b>2013</b>	63.104
<b>2014</b>	62,981

Fuente: INEC, 2008-2014

El pronóstico de defunciones se hará con el uso de la herramienta Excel, mediante la cual a través de la “función pronóstico” se estima el número de defunciones que sucederán en 10 años tomando como referencia los registros históricos del INEC. En este caso para la realización del análisis se empleará el método conocido como “Regresión lineal simple”

Función pronostico= (X; conocido\_Y; conocido\_X)

X= Punto en el cual se desea pronosticar.

Conocido\_Y= Rango de valores conocidos de la variable Y.

Conocido\_X= Rango de valores conocidos de la variable X.

Mediante la función pronóstico de Excel se toma la información estadística del INEC y se calcula o predice los valores futuros usando los valores de defunciones existentes y conocidos como muestra el cuadro 4.3.

**Cuadro 4.3.** Pronóstico de defunciones anuales

<b>Años</b>	<b>Defunciones proyectadas</b>
2015	64,400
2016	65,025
2017	65,649
2018	66,274
2019	66,898
2020	67,522
2021	68,147
2022	68,771
2023	69,396
2024	70,020
2025	70,645
2026	71,269

Fuente: INEC, 2008-2014

Fórmula: Función Pronostico

$$a = y - b x$$

$$b = \frac{\sum(x-x)(y-y)}{\sum(x-x)^2}$$

**Gráfica 4.8.** Gráfico de defunciones



Fuente: Elaboración propia, 2016

Los datos tienden a variar en gran manera en función a desastres naturales, según muestra la gráfica 4.8.

### **4.6.3. Mercado objetivo**

El mercado meta consiste en un segmento delimitado de personas con características similares. Los cementerios al tener como motor principal de funcionamiento la muerte de una persona, siempre han sido considerados un tabú social poco abordado. En nuestra sociedad aún existen supersticiones que afirman que el prepararse para una emergencia como la adquisición temprana de una bóveda o un plan exequial es de mala suerte y atrae desgracias.

La investigación de mercados fue realizada en personas que bordeaban edades comprendidas entre los 30 a 60 años, aunque dio muy buenos resultados entre los jóvenes en edades hasta los 25 años, otorgando así indicadores comprobables y demostrativos que señalan la apertura de la juventud hacia nuevas ideas.

El mercado meta al que apunta el modelo de negocio es al segmento poblacional que comprende edades de entre los 30 a los 50 años, pues si bien la juventud ve la iniciativa de muy buen modo, aun no cuentan con el poder adquisitivo o la decisión final al respecto, las personas que conforman el mercado meta por otro lado a esa edad tienen muchos su vida resuelta, sus carreras sus empresas sus hijos y empiezan una etapa de maduración en la que son conscientes de las prioridades y de las desgracias fortuitas.

### **4.7. División del proyecto**

Los aspectos relevantes del modelo de negocios se analizan y relacionan a continuación.

- Instalaciones.
- Localización del proyecto.
- Muebles y equipos.
- Servicios brindados.

#### 4.7.1. Instalaciones

En lo que respecta a las instalaciones se hace necesario el análisis de la adquisición del terreno, en este aspecto se debe tomar en cuenta que al ser un cementerio no convencional, donde se sembrarán árboles en el cual la distancia entre uno y otro debe bordear los 3 a 4 metros de separabilidad y por tanto esto obliga a que el tamaño del cementerio sea mucho mayor a los habituales a su vez que el número de nichos sea menor.

El área de las instalaciones se propone a continuación en el cuadro 4.4:

**Cuadro 4.4.** Metraje propuesto para instalaciones del parque cementerio

<b>Espacios</b>	<b>Área (m<sup>2</sup>)</b>
Oficinas	240
Recepción	250
Oratorio	225
Área Forense	265
Servicio religioso	802
Columbarios	670
Parqueadero	9023
Áreas recreativas	42276
Bosque cementerio	96249
<b>ESPACIO TOTAL</b>	<b>150 000</b>

Fuente: (CHICO, 2011)

El metraje de los espacios para las instalaciones del cementerio “Bosques Renacer” fue tomado del trabajo de titulación arquitectónico de (CHICO A. J., 2011) dicha información deberá ser revisada a detalle por profesionales en la materia.

Teniendo en cuenta el área de cada uno de los espacios necesarios para la propuesta del negocio se calcula la extensión total del cementerio, el cual resultan 15 hectáreas acondicionadas en función a la necesidad y el mercado.

En este punto del modelo de negocio se propone la distribución espacial del área operativa y bodegas en el Anexo 7.

#### **4.7.2. Localización del proyecto**

Para proponer la decisión de ubicación del negocio de debe primero buscar alternativas de micro localización para ello los principales factores a tener en cuenta son la facilidad de acceso, la cercanía al centro o lugares con afluencia de personas, disponibilidad de servicios básicos, la plusvalía y demás.

#### **Orientación de localización**

La proyección del modelo pretende que el nuevo negocio se ubique estratégicamente vía a la costa principalmente, debido a la cercanía de diversas urbanizaciones como lo son “Bosques de la Costa”, “Urbanización Terra Nostra”, “Portal al Sol”, “ Lomas del Bosque”, “Buganville”, “Urbanización Costa Real”, “Portoalegre”, entre otras. Este sector tiene facilidades de acceso, además de contar con los servicios básicos, cabe destacar que las personas que viven en dichas ciudadelas son consideradas de clase media y alta, por lo tanto cuentan con los recursos necesarios para adquirir el servicio.

#### **Decisión de localización**

Debido a los aspectos antes mencionados, se analizaron algunas alternativas, de acuerdo a las ofertas publicadas en portales inmobiliarios. Para determinar la mejor localización se determinó que el lugar más idóneo para la construcción del proyecto a partir del método de factores ponderados, de la teoría de localización. (Autor, año). Se aplica a 5 expertos.

Los pasos del método son:

Primer paso: Se definen los factores a analizar en cada alternativa

Segundo paso: Se da orden de importancia a cada factor

Tercer paso: Se multiplica cada índice de importancia por la evaluación en cada caso

Cuarto paso: Se suma cada puntuación evaluada para cada alternativa para obtener la puntuación total. La alternativa más adecuada es la de mayor puntuación

Las posibles alternativas son:

Alternativa A: km 45 Vía a la costa cerca de la urbanización “Lomas del Bosque”

Alternativa B: Km 109 Vía A La Costa 109

Alternativa C: Km 89 Vía A La Costa, Playas, Guayas

El método aplicado se muestra en los cuadros 4.5 y 4.6.

**Cuadro 4.5.** Método factores ponderados para determinar alternativa de localización. (Primer y segundo paso)

Alternativa	Importancia	Alternativas		
		A	B	C
Facilidad de acceso	0,35	5	3	4
Cercanía al centro o lugares con afluencia de personas	0,2	4	3	4
Disponibilidad de servicios básicos	0,3	4	4	4
Plusvalía	0,15	5	2	3

Fuente: elaboración propia, 2017

**Cuadro 4.6.** Método factores ponderados para determinar alternativa de localización. (Tercer y cuarto paso)

Alternativa	Importancia	Alternativas		
		A	B	C
Facilidad de acceso	0,35	1,75	1,05	1,4
Cercanía al centro o lugares con afluencia de personas	0,2	0,8	0,6	0,8
Disponibilidad de servicios básicos	0,3	1,2	1,2	1,2
Plusvalía	0,15	0,75	0,30	0,45
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>4,5</b>	<b>3,15</b>	<b>3,85</b>

Fuente: elaboración propia, 2017

Como muestra el resultado del método la alternativa de localización más acertada es la primera, en el km 45 vía a la costa cerca de la urbanización “Lomas del Bosque”.

#### **4.7.3. Muebles y equipos**

A continuación se detallaran los equipos tangibles e intangibles que harán posible el proceso productivo del proyecto.

##### 1. Equipos de oficina

- Computadores e impresoras
- Son necesarios para la gestión administrativa, contable y el manejo importante de archivos
- Ups
- Con el objetivo de proteger los bienes de la organización y más aún la información que en ellos se almacene es imprescindible adquirir un Ups que controle la fluctuación de energía y en caso de apagones brinde el tiempo necesario para guardar la información y los procesos que en ese momento se estén realizando.
- Licencias de software y sistemas operativos
- En la actualidad es relativamente fácil activar casi todos los software o sistemas operativos de un modo rápido y gratuito, sin embargo al usar software peligrosos para manipular el sistema de un ordenador se expone a virus informático o escape de información, es por esto que se hará imprescindible adquirir licencias originales que además cuenten con soporte en caso de averías y demás
- Teléfonos

La necesidad de comunicación en una empresa en especial entre los diversos departamentos hace necesario la adquisición de teléfonos y el plan contratado de voz respectivo.

## **2. Muebles**

- Muebles de oficina “oficina, living, sala de espera”
- Muebles para la iglesia “altar, pulpito, butacas” carpas para celebraciones al aire libre.

## **3. Herramientas de jardinería**

La empresa deberá contar con herramientas de jardinería industrial de la más alta calidad a fin asegurar un uso prolongado de las mismas y un mejor funcionamiento en los procesos, las herramientas que deberán adquirirse son:

- Podadora
- Desmalezadoras
- Moto sierra
- Bombas de agua

## **4. Horno cinerario**

Herramienta indispensable para la ejecución de la actividad de negocio del proyecto esta debe cumplir todas las normas sanitarias vigentes y tener tecnología de punta que minimice el impacto ambiental.

## **5. Carroza fúnebre**

Se requerirá de un vehículo especializado y diseñado para el traslado de cadáveres el mismo que deberá ser elegido tomando en cuenta su eficiencia y la facilidad de repuestos.

## **6. Buses**

A fin de facilitar el traslado de familiares se pretende la adquisición de 2 buses de 40 asientos cada uno, este servicio se brindara de manera opcional.

## **7. Herramientas para la inhumación**

Esto incluye kits para embalsamar, camillas, grúas, protectores, utensilios y herramientas para la cremación y la tanotopraxia como bombas y extractores.

### **4.7.4. Servicios brindados**

#### **Servicio funerario**

Este involucra la compra de un mausoleo esto debido a que el proyecto no contempla la construcción de nichos, el valor del servicio difiere dependiendo de su facilidad de acceso, para su realización se requiere por obligación la cremación del cuerpo del difunto ya que la metodología del plan de negocios consiste en la unificación de las cenizas con tierra de sembrado y posteriormente el árbol.

#### **Realización de oficios**

Esta se basa en la planeación y desarrollo y de ceremonias religiosas varias a elección del cliente

Se toma en cuenta las preferencias religiosas y las peculiaridades que el cliente pueda requerir como música en vivo, o decoración inusual.

#### **Transporte**

El servicio de transporte contempla a más del traslado del occiso el de sus familiares en el caso que se les dificulte el traslado cabe recalcar que este servicio se contempla fuera del paquete básico de servicio

#### **Salas de velación**

Estarán dispuestas para el uso del cliente durante 24 horas

## Mantenimiento

Contempla el cuidado y mantenimiento del mausoleo así como la poda y demás servicios de jardinería.

## Costo por los servicios ofertados

Para la determinación del valor económico que la empresa deberá percibir por los servicios que ofrezca se indagó antes los valores que actualmente rigen en el mercado, analizando empresas como Jardines de la esperanza, Parque de la paz, si se toma en cuenta que el espacio óptimo que debe existir entre cada nicho "árbol" a fin de asegurar el óptimo crecimiento del mismo es de 3 m<sup>2</sup> cuadrados de separabilidad y que los cementerios actuales ofrecen nichos de 2 m de largo por 1 de ancho, al implicar un mayor espacio y al no poder reducirlo sin afectar la calidad del servicio, los valores que la empresa deberá cobrar deberán de ser superiores cuantitativamente pero en relación al tamaño y al servicio tendrán un costo real menor, en la actualidad el valor promedio que el mercado demanda por la compra de sus lotes y la ejecución del servicio es:

COSTO POR SERVICIOS DE LOS PRINCIPALES CEMENTERIOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

**Figura 4.5** Costo por servicio del mercado



Fuente: Elaboración propia.

Las características físicas en relación al tamaño de estos nichos son de 2 metros de largo por 1 metro de ancho, estos valores contemplan la ejecución del oficio, el alquiler de la sala de velación, el traslado del occiso, el ataúd, de 3 a 5 ramos florales, la tanatopraxia y la compra del lote, cabe recalcar que en la actualidad se ofertan servicios funerarios a un valor entre los 1,000.00 a 3,000.00 USD los cuales no contemplan ni la compra ni el alquiler de un nicho, sino de una bóveda a modo de alquiler por 5 años con opción a compra.

En tanto servicio de cremación, y los servicios anteriormente mencionados sustituyendo el nicho por un columbario bordea en el parque de la paz entre 2,900.00 y 4,600.00 USD.

Dado que el nicho que la empresa oferta no es provisional debido a sus características y el árbol que en el nicho se plante no será por ningún medio removido de su posición, la empresa "bosques renacer" no ofrecerá nichos en alquiler, solo en venta, sin embargo si ofrecerá un servicio de venta o alquiler de columbarios que responderá a la demanda de las personas con menor poder adquisitivo.

Costo pretendido por servicios ofertados. Ver figura 4.6 y cuadro 4.5.

**Figura 4.6.** Costos por servicio de inhumación

INHUMACION EN NICHOS	INHUMACION EN COLUMBARIOS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Precio por venta 7,000.00 A 15,000.00 USD (DEPENDIENDO DE SU UBICACION)</li><li>• "INCLUYE SERVICIO FUNERARIO Y CREMACION"</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Precio por alquiler (5 años con opcion a compra) 2,500.00</li><li>• Precio por venta 5,000.00 USD</li><li>• "INCLUYEN SERVICIO FUNERARIO Y CREMACION"</li></ul>

Fuente: Elaboración propia

**Cuadro 4.5.** Desglose del servicio funerario.

<b>Elementos</b>	<b>USD</b>
Ceremonia básica o especial	250.00 a 400.00
Traslado en auto-carrosa.	50.00
Cofre mortuario.	150.00-700.00
Sala de velación.	100.00 a 300.00
Tanatopraxia (embellecimiento y maquillaje del cadáver).	100.00.
Acompañamiento musical (opcional).	100.00
Formolización.	100.00
Asistencia legal (trámite en el Registro civil).	50.00
Cremación (Urna).	300.00
Arreglos florales (3 a 5 ramos)	50.00 a 100.00
Servicio de bar y bocados	50.00 a 100.00

Fuente: (Maldonado, 2014)

Los valores varían en función del lugar donde se realicen y la estafalaria de los mismos, en función al paquete escogido y al tipo de ceremonia.

## **4.8. Tipos de contratos funerarios**

### **4.8.1. Contratos funerarios pre-pagados**

Los contratos serán de tipo acuerdo contractual entre la funeraria y el beneficiario mediante el cual se pactará la adquisición del servicio funerario, pagando el valor completo o difiriéndolo a comodidad del cliente, para que en el momento de su deceso sus familiares no tengan la necesidad de contratar el servicio.(redfuneraria, 2002).

El contrato funerario abarcará generalmente, un nicho en el cementerio, la urna, el ataúd, las flores, el oficio religioso, la inhumación y cremación, estos servicios

están sujetos a variaciones según el paquete contratado o según los requerimientos y preferencias de sus familiares.

#### **4.8.2. Seguro de gasto final**

El seguro de gasto final se contratará directamente con una empresa especializada, y goza de mayores facilidades a un menor costo.

Las ventajas que tiene este tipo de seguro es que da la posibilidad de cambiar de funeraria, las cuotas de la misma varían acorde a la edad y condición física y de salud del adquiridor, por otra parte este seguro contempla otros gastos como lo son, trámites legales y gastos médicos.

La organización deberá negociar con las diversas compañías aseguradoras a fin de que la organización sea parte de la nómina de funerarias elegibles en los diferentes paquetes de seguro.

#### **4.9. Análisis administrativo**

El análisis administrativo se realizó analizando y referenciando la información encontrada en el libro “Nacimiento de una empresa”. También se estudió en proyectos revisados de carácter similar las características deseadas en el personal a contratar y las funciones que estos deberían cumplir.

Para saber cuáles son los requisitos que las empresas en la actualidad demandan para las diferentes áreas se investigó en páginas de internet que ofertan empleo tales como, [multitabajos.com](http://multitabajos.com) y [socioempleo.com](http://socioempleo.com).

La contratación del personal idóneo para una organización fluctuará acorde a la forma y necesidad de la misma. La estructura organizativa de la empresa “Bosques Renacer” definida se muestra en la figura 4.X.

Accionistas: En el pináculo del esquema organizacional se encuentran los accionistas o dueños de la empresa los cuales proveen a la organización del capital económico para su funcionamiento a cambio de una porción de la misma

los accionistas arriesgan su capital y están facultados para la toma de decisiones que salvaguarden sus intereses y los de la empresa.

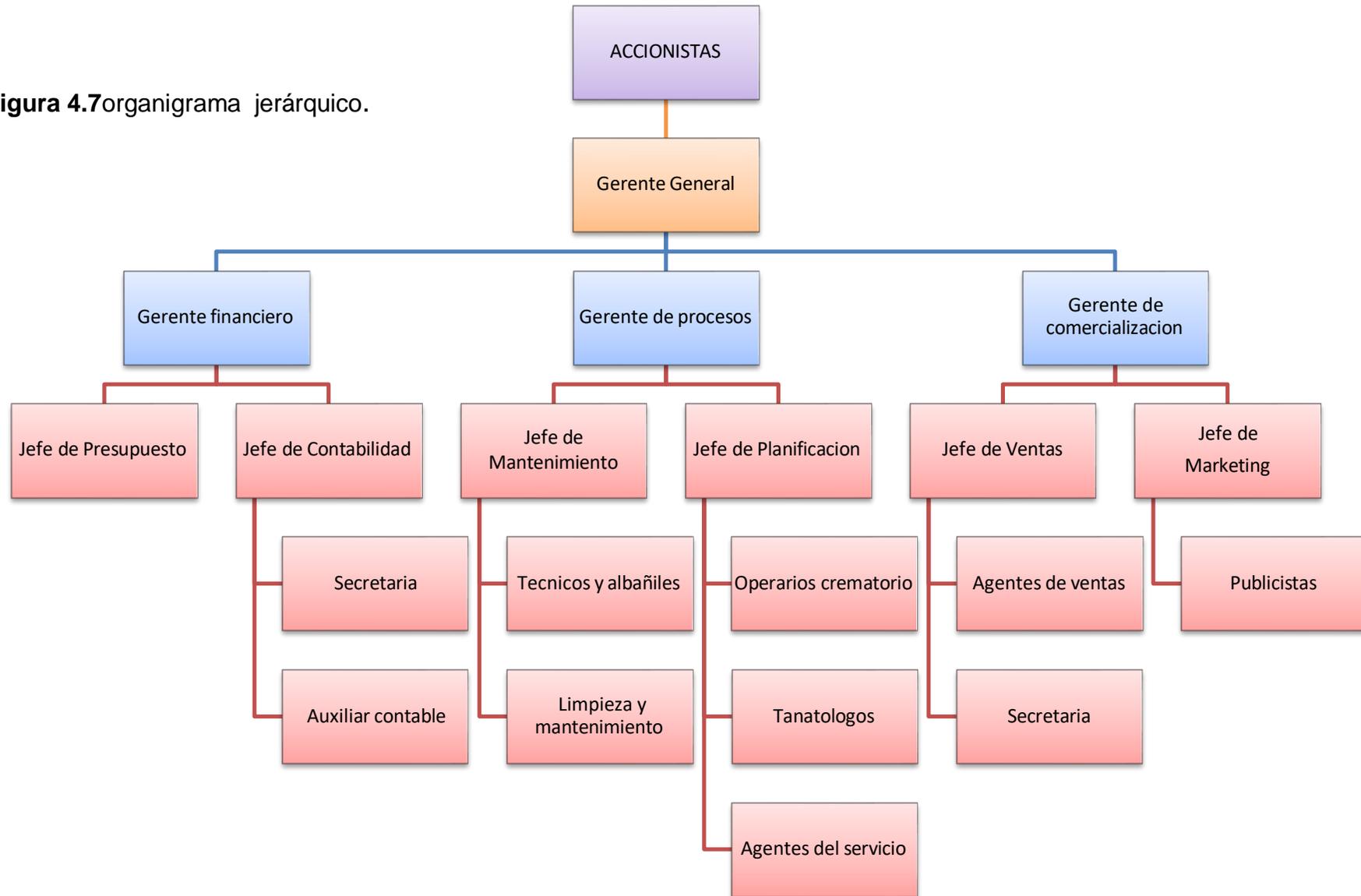
El principal requisito para ser accionista es contar con la capacidad económica De Invertir En La Organización.

Gerente general: El gerente general es el máximo es el encargado de llevar por buen recaudo a la empresa es también considerado el máximo responsable del éxito o fracaso de la organización.

El gerente general requiere contar con ciertas habilidades tales como:

- Don de mando.
- Capacidad de comunicación.
- Dotes de psicología
- Espíritu emprendedor
- Perseverancia
- Capacidad de trabajo en equipo
- Inteligente
- Dotes motivacionales

Figura 4.7 organigrama jerárquico.



Fuente de elaboración propia

Su perfil profesional debe ser:

- Formación universitaria completa de preferencia un 4 nivel en áreas administrativas comerciales.
- Manejo avanzado del idioma inglés.
- Experiencia mínima de 3 años en áreas similares o afines.
- Manejo avanzado de utilitarios.
- Conocimiento avanzado de gestión e interpretación financiera.

Gerente financiero: El gerente financiero es el encargado de llevar a cabo las estrategias financieras de la organización, entre sus competencias esta la asignación y la obtención de recursos y la dirigencia y control.

Las cualidades que debe tener un gerente financiero son:

- Capacidad de trabajo en equipo
- Capacidad de administrar y obtener recursos.
- Excelente comunicación.
- Habilidad negociadora.
- Valores éticos altos.

Su perfil profesional debe ser:

- Estudios universitarios completos, preferibles de 4to nivel en áreas administrativas y contables.
- Liderazgo y manejo de personal
- Experiencia mínima de 4 años en puestos similares o afines.
- Dominio del idioma ingles
- Manejo avanzado de utilitarios.

Gerente de procesos: El área de operaciones de la organización es la que más exigencia de recursos tiene. Por lo tanto un gerente de procesos deberá en todo momento tratar de deducir costes sin que ello afecte la calidad y la eficiencia en los procesos.

Las cualidades que un gerente de procesos debe tener son

- Mejora continua

- Facilidad de comunicación
- Don de mando
- Capacidad de trabajo en equipo
- Responsable
- Capacidad de resolver problemas
- Eficiencia operativa.

Su perfil profesional debe ser

- Estudios universitarios en carreras administrativas
- Conocimiento de gestión de inventarios, ventas y operaciones
- Manejo efectivo de personal
- Manejo de utilitarios
- Supervisión de procesos operativos
- Experiencia mínima de 3 años en puestos de supervisión de talento humano.

Gerente de comercialización: El gerente de comercialización cumple la función de dirigir como tal al departamento de ventas, en el caso de que la organización no cuente con jefe de ventas el gerente comercial es el nexo directo entre la gerencia general y la fuerza de ventas, supervisa la función de los vendedores así como el cumplimiento de los objetivos de venta.

Las cualidades que un gerente comercial debe tener son:

- Capacidad rápida de adaptación al cambio
- Personalidad analítica
- Buen manejo de cifras
- Capacidad de trabajo en equipo
- Don de motivación
- Trabajar bajo presión con orientación a resultados.

Su perfil profesional debe ser:

- Estudios universitarios completos en áreas administrativas

- Conocimientos avanzados del idioma inglés
- Experiencia mínima de 4 años en ventas
- Experiencia en gestión del talento humano
- Conocimiento de utilitarios
- Conocimiento del mercado funerario

Jefes de nivel medio

Jefe de presupuesto: planifica y controla el presupuesto de la organización.

Jefe de contabilidad: controla y cancela las obligaciones tributarias de la empresa, analiza las conciliaciones bancarias, atiende los requerimientos de información contable, emite los estados financieros.

Jefe de mantenimiento: encargado de todos los equipos de planta así como los de jardinería, dirige a los jardineros y al personal operativo de la organización.

Jefe de planificación: analiza y el abastecimiento de la materia prima así como de la adquisición de productos importados, implementación seguimiento y control de los proyectos.

Jefe de ventas: responde por el cumplimiento de los objetivos de venta, entrena supervisa y desarrolla a la fuerza de ventas, implementación de estrategias comerciales,

Jefe de marketing: define las estrategias de marketing, identifica nuevas oportunidades de negocio, realización de estudios del mercado.

Colaboradores operativos.

Agente de ventas: Capta posibles clientes para la organización y se encarga de disipar las dudas de estos con respecto al servicio, costos, diferenciación y demás.

Auxiliar contable: facilita la labor del jefe de contaduría, elabora balances, colabora en la ejecución de los informes de ventas, gastos o la nómina de sueldos también realiza labores de archivo.

Secretaria: recepcionista, contesta las llamadas, recibe y registra documentos varios, mantenimiento de los contratos de la organización con terceros.

Publicista: especialista en marketing, elabora la presentación de productos, se orienta al desarrollo de los objetivos comerciales.

Operario del crematorio: se encarga de la ejecución de la actividad principal de la organización, también es el responsable del mantenimiento y correcto funcionamiento de la maquinaria crematoria.

Técnicos y albañiles: dan mantenimiento y resuelven los problemas físicos que la organización pudiera tener

Limpieza y mantenimiento: se encarga del aspecto higiénico de la organización asegurando una excelente estética en la organización.

#### **4.9.1. Distribución espacial propuesta**

La distribución espacial de las oficinas y recepción de la empresa se presentan en el Anexo 8.

#### **4.9.2. Proveedores potenciales**

Para que el modelo de negocios sea una realidad se necesitará contratar variedad de productos e insumos tales como mueblería, equipos de oficina, equipos de jardinería utilitarios y demás artículos los cuales al ser considerados de fácil adquisición no ameritarán mayor análisis más que cotizaciones simples y la decisión de optar por la empresa que los ofrezca más económicos o de mejor calidad es por ello que nos centraremos en los artículos o bienes más importantes o necesarios para el funcionamiento operacional de la empresa, bienes que por su naturaleza sean considerados

como “complicados de adquirir”, es ese el caso del horno incinerador para la cremación de cadáveres o las herramientas de jardinería industrial y por obvias razones también se incluirán a los posibles proveedores de las semillas que propiciarán el nacimiento de hermosos árboles, los cuales afianzarán las relaciones de confianza entre los potenciales clientes y la empresa pues entenderán de un modo demostrativo la misión de la empresa.

Los proveedores potenciales según estudios realizados en este modelo a presentar para la futura empresa “BOSQUES RENACER” serán:

INCOL SA: Es una empresa Argentina con presencia internacional líder en América latina en la fabricación de plantas para el tratamiento de residuos, hornos crematorios e incineradores para residuos sólidos cuenta además con dos certificados internacionales como lo son certificación, Humo cero, y Mercurio cero, sería la potencial empresa proveedora del horno incinerador por política de la empresa no ofrecen datos en cuanto al valor monetario de sus productos para fines investigativos a no ser que se contemple la adquisición de los mismos.

URNABIOS S.A: Empresa precursora de las inhumaciones ecológicas y la creadora de este maravilloso invento que son las urnas biodegradables, empresa española que hace envíos a nivel mundial y ha diseñado la tecnología para el desarrollo de urnas 100% ecológicas y sin fecha de caducidad, el valor de las urnas es de 145.00 USD para minoristas más el envío ofrece excelentes precios para los distribuidores mayoristas mas no da la información exacta en cuanto al costo a menos que se unan a la red distribuidora.

Isis Cremaciones: Empresa mexicana especializada en el suministro de todo tipo de herramientas y utensilios para el funcionamiento de cementerios y funerarias, ofrece químicos y accesorios para la tanotopraxia como aspiradores hidráulicos, refrigeradores, maquillajes, camillas, ataúdes, urnas,

accesorios para capillas y en general un amplio surtido de herramientas y accesorios para cementerios, crematorios, tanatorios, columbarios.

Laberintos Vivero Jardín: Empresa ecuatoriana con más de 35 años de experiencia en la venta de plantas y árboles ornamentales, ubicada en Nayon, Quito, proveería de semillas u arboles de Jacaranda mimosifolia, arce, tabebuia, flamboyán, cerezo, roble amarillo, árbol de orquídeas, arce rojo americano, robles, también cuenta con un extenso catálogo de orquídeas y flores ideales para la decoración de la empresa o de ciertos lugares del cementerio.

Fábrica de ataúdes metálicos y de madera Mortuorios A.G: Posible empresa proveedora de ataúdes, dado que los mismos serán incinerados junto al cadáver no se requerirá que sean estrafalarios u ostentosos.

#### 4.10. Análisis Legal

Los cementerios, tanatorios, crematorios y columbarios en el Ecuador son normados por el MSP la misma que en ((Ministerio de salud publica ((Acuerdo No. 00004712), 2009), las categoriza según su clase de riesgo del siguiente modo.

**Cuadro 4.6.**Calificación de riesgo según el ministerio de salud pública

<b>Código</b>	<b>Tipo de Establecimiento</b>	<b>Clase de Riesgo</b>	<b>Coeficiente</b>
14.2	Cementerios		
14.2.1	Urbanos	B	0
14.2.2	Rurales	B	50
14.3	Crematorios	A	10
14.4	Columbarios	B	8
14.5	Tanatorios	B	10

Fuente:(Ministerio de salud publica ((Acuerdo No. 00004712), 2009)

**Cuadro 4.7.** Representación según el tipo de riesgo

<b>Clase de riesgo</b>	<b>CLASIFICACION POR RIESGO SANITARIO</b>
Grupo A	De riesgo sanitario. Representan debido la ejecución de su actividad económica un riesgo sanitario para la ciudadanía
Grupo B	De riesgo sanitario.- Representan debido a la ejecución de su actividad económica un riesgo sanitario moderado para la ciudadanía
Grupo C	De riesgo sanitario.- organizaciones que en la ejecución de su actividad económica no representan ninguna amenaza de riesgo sanitario para la ciudadanía

Fuente: elaboración propia

Para el otorgamiento del permiso de funcionamiento de cementerios, crematorios, funerarias y salas de velación en el Ecuador, el ministerio de salud pública requiere la siguiente documentación.

Para revisar los requisitos previos a la adquisición del permiso de funcionamiento emitido por el ministerio de salud pública, revisar el Anexo 9.

#### **4.11. Análisis Financiero**

En el diseño del modelo de negocios de este trabajo no se contemplará el estudio de rentabilidad financiera, pues como modelo al fin, solo se centra en los aspectos no económicos de la propuesta, se decidió solo presentar el modelo en correspondencia con los objetivos planteados al inicio, pues el tiempo previsto para la investigación dicho análisis.

#### **4.12. Resumen Ejecutivo**

El presente modelo de negocios contempla la formación de una empresa funeraria con un concepto humanista, renacentista y eco-amigable, su mecánica es muy simple consiste en enterrar las cenizas cremadas de un difunto y mediante el uso de urnas biodegradables, tierra fértil y semillas lograr la transformación de dichas semillas en un

espléndido árbol que represente la humanidad del difunto, con ello se pretende no solo honrar del modo más significativo a los seres amados sino también entregar a la ciudad un bosque majestuoso, cubierto de los más hermosos árboles de vistosos colores, sin duda alguna atenuando el dolor por la pérdida de esa persona y creando a su vez un medio por el cual las personas de un modo filosófico puedan vivir por segunda vez.

Para la ejecución de este modelo se requieren ciertas características en el talento humano, personas de mentalidad abierta y dispuestas a luchar por el cumplimiento de objetivos que impulsen el desarrollo de la empresa, sumamente respetuosas que entiendan el dolor de los familiares y reconozcan y concienticen el valor que para cada uno de sus beneficiarios tendrá cada árbol. Unido a ello ese personal debe tener competencias para vender y explotar las características positivas de la organización, contribuyendo al éxito del negocio.

Las principales empresas funerarias en la ciudad de Guayaquil son “Jardines de esperanza” y “Parque de la paz” empresas con una gran trayectoria y un posicionamiento casi absoluto por lo que competir con ellas sin una clara diferenciación que haga que la decisión de compra se incline favorablemente sería casi imposible.

A pesar que la idea de inhumaciones ecológicas no es nueva y que muchas empresas en la actualidad optan por la inclusión de ellas en sus catálogos, ninguna contempla una idea similar a la expuesta en este modelo de negocios siendo así que la empresa “Bosques Renacer” de ser una realidad sería pionera en América Latina en este método de inhumación, lo que supondría una gran ventaja frente a la fuerte competencia actual.

Los distintos análisis que se realizaron referentes a la asimilación que tendrían los posibles clientes a este método de inhumación fueron muy positivos siendo así que la idea tuvo un 84% de aceptación.

Entre los árboles ornamentales que podrían por sus características y ambientación ser tomados en cuenta en los catálogos a ofertar están la jacaranda mimosifolia, el arce, la tabebuia, el flamboyán, el cerezo, el roble amarillo, el árbol de orquídeas, el arce rojo americano, los robles, el guayacán amarillo, entre otros.

Los implementos para el funcionamiento operativo de la empresa se propone según el estudio realizado sean importados de proveedores de Argentina y México para asegurar la calidad de los mismos y el cumplimiento de las normas sanitarias y ambientales.

El análisis financiero no se realiza porque no está contemplado en los objetivos de este estudio, quedando expuesto como recomendación del trabajo para una futura investigación y poder completar el plan de negocio quedando probada la factibilidad económica del proyecto.

## CONCLUSIONES

Una vez analizado las distintas variables y habiendo investigado las barreras que pudieran presentarse en la creación de la empresa “Bosques Renacer” se concluye:

- El procedimiento seleccionado para la propuesta del modelo de negocio Bosques Renacer resultó satisfactorio, quedando definidos, descritos y debidamente analizados cada elemento que lo compone.
- El modelo de negocio Bosques Renacer es una propuesta de experiencia poco frecuente de servicios funerarios con un enfoque ambientalista y un marcado sentido de humanismo al dar un nuevo sentido a la muerte y que representa de gran valor para los familiares de las personas fallecidas, pues su filosofía según el estudio realizado sería aceptada por muchas personas.
- El análisis de aceptación fue mayoritariamente positivo por lo que se pronostica que al realizarse, se debe alinear a las líneas generales del plan de marketing efectuado en el trabajo de manera que se explote esta propuesta de negocio que avisora un gran potencial de venta y resultará de gran un éxito.

## RECOMENDACIONES

- Llevar a cabo la realización exhaustiva del análisis financiero para el modelo de negocio que se propone, de manera que permita comprobar la factibilidad económica del proyecto antes de ponerlo a la aceptación de los inversionistas que pondrán en ejecución los recursos financieros.
- Poner en práctica los diferentes elementos propuestos del modelo de negocio Bosques Renacer con mayor alcance, profundidad y tiempo corroborando lo planteado en el presente trabajo durante la investigación llevada a cabo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ministerio de Salud Pública ((Acuerdo No. 00004712), (Acuerdo No. 00004712) (Ministerio de Salud Pública 2009).
- Reglamento Sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario, (Acuerdo No. 00004712) (2009).
- 28 de Mayo de 2015). Obtenido de IDEAS DE NEGOCIO: <http://www.masideasdenegocio.com/ideas-de-negocios-articulos/plan-de-negocios-que-es-y-como-elaborarlo-profesionalmente/#comment-3658>
- Aravena, C. (2010). *Parques vientos del sur*. Los riscos Chile.
- Arevana, C. (2010). *Parques vientos del sur*. Santiago-Chile.
- Cordova, S. O. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. SANTIAGO.
- David, F. R. (1997). *Conceptos para una administración exitosa*.
- FORTUNATO, V. A. (2002). *Contribución al mejoramiento de la calidad de aire en la ciudad de Guayaquil*.
- Guerrero, T. (01 de Noviembre de 2010). Entierros ecológicos para un final 'verde'. *El Mundo*.
- INEC. (2014). *Estadísticas de Nacimientos y Defunciones – 2014*.
- JACKSON, C. (2000). En R. Stutely, *Plan de Negocios, La Estrategia Inteligente*. Pearson Educación.
- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Lifschitz, M. (2015). *Metodología de la investigación II*. Argentina.
- LITORAL, E. S. (2015). *Global Entrepreneurship*.
- Lloreda, E. Z. (2015). *Plan de Negocios*. Madrid : ESIC Editorial.

- López., D. M. (Junio de 1994). *Universidad de la Laguna*. Obtenido de <http://www.ull.es/congresos/conmirel/roman1.html>
- Maldonado, C. (2014). El negocio de la muerte genera millones de dolares. *Revista Gestion*, 40-43.
- Martinez, Z. D. (2013). “*Estudio De Factibilidad Para Implementacion De Un camposanto que ofrezca servicios exequiales en La Ciudad de Milagro*”. Milagro: Universidad Estatal de Milagro.
- McGraw Hill. (2000). *Negocios Exitosos*.
- Medina, P. S. (2002). *Guia del estudio de Mercados para la evaluacion de proyectos*. Santiago.
- Municipal, I. L. (1981). *Ordenanza de Funcionamiento y Regulación de Servicio de Arrendamiento de Bóvedas, sepulturas, Sala de Velaciones y Venta de Bóvedas del Cementerio Municipal, ubicado en la Parroquia Febres Cordero de esta ciudad*.
- negocios, C. (2009). <http://www.crecenegocios.com/>.
- redfuneraria. (2002). <http://www.redfuneraria.com/>.
- Rocio, S. V. (2011). *Entendiendo el plan de negocios*. lulu.com.
- rozenswing, K. y. (1970). *Organizations and Management*. Mc Graw hill.
- STUTELY, R. (2000). *Plan de negocios la estrategia inteligente*. Mexico: Person.
- STUTELY, R. (2000). *Plan de negocios La estrategia inteligente* . Mexico: Prentice Hall.
- Talancón, H. P. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y. *Contribuciones a la Economía*.
- Thompson. (1998). *Dirección y administración estratégicas, conceptos, casos y lecturas, "Análisis SWOT*. Mexico: McGraw Hill.
- Tierra, F. (2005). *Ecofunerales*.
- Vainrub, R. (1996). *Nacimiento de una empresa*. Caracas: Editorial Texto.
- Valdivia, A. C. (2011). *IMPORTANCIA DE UN PLAN DE NEGOCIOS*. Mexico: EUMED.

## ANEXOS

### ANEXO 1. Panel de expertos

Expertos	Calificación profesional	Actividad laboral	Grado de competencia en el tema
Experto anónimo 1	Magister	Docente investigadora	Alto
Experto anónimo 2	Magister	Docente investigador	Alto
Experto anónimo 3	Doctorado	Docente investigador	Alto

Fuente de elaboración propia.

### ANEXO 2. Modelo de encuesta para validar la misión y visión del modelo propuesto

#### DATOS PERSONALES

Nombres Apellidos: \_\_\_\_\_

Puesto de trabajo actual: \_\_\_\_\_

Calificación profesional:

Titulado/Universitario superior       Magíster       Doctorado

#### 2. GRADO DE COMPETENCIA EN EL TEMA A TRATAR.

	POCO	MEDIO	MUCHO
¿Ha participado en estudios de este campo?			
¿Experiencia obtenida?			
¿Análisis de campo realizados por usted?			

## ANEXO 2. Continuación

¿Ha supervisado el desarrollo de Misiones y Visiones en proyectos?			
¿Cómo calificaría su competencia en este campo?			

### 3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIOS

La realización de este método de validación de expertos o método Delphi tiene por objetivo la validación de la misión y visión de la idea de negocios “Bosques Renacer”

“Bosques Renacer” es una idea de negocios que contempla la creación de un bosque cementerio con una idea filosófica en la cual serán incinerados los restos mortales de las personas, una vez listas las cenizas son depositadas en urnas biodegradables que en su interior contendría tierra muy fértil de sembrado y la semilla de un árbol ornamental, al fundirse la semilla con la tierra y las cenizas dan por resultado el nacimiento de un hermoso árbol que crecerá en memoria de aquella persona, de este modo se pretende filosóficamente alargar la vida de las personas pues aun después de su deceso seguirían siendo vida y dando vida.

### 4. PREGUNTAS DE VALORACIÓN.

Valore la redacción de la siguiente misión:

Muy buena: (5)

Bastante buena: (4)

Poco aconsejable: (3)

Nada aconsejable: (2)

Inaceptable: (1)

#### MISIÓN

Introducir al país el concepto de inhumación ecológica, mermando en nuestros clientes el daño emocional y convirtiendo su pérdida en una experiencia de renacimiento espiritual y resarcimiento ambiental, en la ciudad de Guayaquil en el año 2016.

## ANEXO 2. Continuación

<b>Muy buena</b>	<b>Bastante buena</b>	<b>Poco aconsejable</b>	<b>Nada aconsejable</b>	<b>Inaceptable</b>

Valore la redacción de la siguiente visión:

Muy buena: (5)

Bastante buena: (4)

Poco aconsejable: (3)

Nada aconsejable: (2)

Inaceptable: (1)

### VISIÓN

Ser la empresa preferida por nuestro concepto innovador, filosófico y diferente, posicionándonos en la mente de nuestros clientes como la mejor opción y el modo más bello de ser recordados.

<b>Muy buena</b>	<b>Bastante buena</b>	<b>Poco aconsejable</b>	<b>Nada aconsejable</b>	<b>Inaceptable</b>

1. VALORE EL GRADO DE PERTINENCIA O CORRESPONDENCIA DE LA MISION CON LA IDEA DE NEGOCIOS.

<b>Muy buena</b>	<b>Bastante buena</b>	<b>Poco aconsejable</b>	<b>Nada aconsejable</b>	<b>Inaceptable</b>

2. LA MISIÓN DESCRIBE DE UNA FORMA CONCRETA Y EXPLICITA LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA.

<b>Muy buena</b>	<b>Bastante buena</b>	<b>Poco aconsejable</b>	<b>Nada aconsejable</b>	<b>Inaceptable</b>

## ANEXO 2. Continuación

--	--	--	--	--

3. LA MISIÓN PROYECTA LA ÉTICA DE LA EMPRESA.

<b>Muy buena</b>	<b>Bastante buena</b>	<b>Poco aconsejable</b>	<b>Nada aconsejable</b>	<b>Inaceptable</b>

4. LA MISIÓN ESTÁ ORIENTADA AL CLIENTE, PERO ENFOCADA AL SERVICIO.

<b>Muy buena</b>	<b>Bastante buena</b>	<b>Poco aconsejable</b>	<b>Nada aconsejable</b>	<b>Inaceptable</b>

5. CONSIDERA USTED QUE LA MISIÓN ES AMBICIOSA.

<b>Muy buena</b>	<b>Bastante buena</b>	<b>Poco aconsejable</b>	<b>Nada aconsejable</b>	<b>Inaceptable</b>

1. VALORE EL GRADO DE PERTINENCIA O CORRESPONDENCIA DE LA VISION CON LA IDEA DE NEGOCIOS.

<b>Muy buena</b>	<b>Bastante buena</b>	<b>Poco aconsejable</b>	<b>Nada aconsejable</b>	<b>Inaceptable</b>

2. LA VISIÓN DESCRIBE DE UNA FORMA CONCRETA Y EXPLICITA LAS PROYECCIONES DE LA EMPRESA.

<b>Muy buena</b>	<b>Bastante buena</b>	<b>Poco aconsejable</b>	<b>Nada aconsejable</b>	<b>Inaceptable</b>

**ANEXO 2. Continuación**

3. LA VISIÓN ES AMBICIOSA Y PROPONE SUPERAR BARRERAS CULTURALES POSIBLES.

<b>Muy buena</b>	<b>Bastante buena</b>	<b>Poco aconsejable</b>	<b>Nada aconsejable</b>	<b>Inaceptable</b>

4. CONSIDERA USTED QUE LA VISIÓN ES MOTIVADORA.

<b>Muy buena</b>	<b>Bastante buena</b>	<b>Poco aconsejable</b>	<b>Nada aconsejable</b>	<b>Inaceptable</b>

5. CONSIDERA USTED QUE LA VISIÓN IMPLICA UN DESAFÍO.

<b>Muy buena</b>	<b>Bastante buena</b>	<b>Poco aconsejable</b>	<b>Nada aconsejable</b>	<b>Inaceptable</b>

CORRECCIONES Y SUGERENCIAS:

---

---

---

---

---

---

---

---

### **ANEXO 3.**Procedimientos para la realización del método de validación de expertos Delphi.

#### 1. Establecer el problema

Se define la incógnita que se desea disipar y por la cual se hará necesario la asesoría y validación de los expertos, en este caso se pretende validar la misión y la visión de la empresa “Bosques renacer”

#### 2. Elaboración de cuestionarios.

En base a la incógnita o la idea que se desea validar se realizan una serie de preguntas, en este caso se desea validar la misión y la visión del plan de negocios de modo que las preguntas deberán estar orientadas a ello, tomando en cuenta las características que esta debe tener versus las que exponemos en el plan de negocios.

#### 3. Selección de expertos.

La selección de expertos es una de los procesos más importantes dentro del método de validación Delphi, estos deben ser capaces de emitir un juicio correcto y sustentado sobre el tópico a tratar a fin de que su criterio sea confiable, para la elección de expertos se tomó en cuenta su formación profesional y su experiencia de modo que se eligieron docentes universitarios pues constantemente supervisan el desarrollo de proyectos y planes de negocio en los cuales se templa el tema a tratar.

#### 4. Ejecución del método de validación Delphi.

Ya elaborados, los cuestionarios son entregados a los expertos quienes de acuerdo a la metodología adoptada en el caso evaluarán y validarán en base a su experiencia los aspectos del tema que se trata, en este caso se usó un método de calificación

### **ANEXO 3. Continuación**

por rangos desde nada aconsejable siendo la de menor valor hasta muy aconsejable como la de mayor valor.

Muy buena:	(5)
Bastante buena:	(4)
Medianamente buena:	(3)
Poco aconsejable:	(2)
Inaceptable:	(1)

#### **5. Análisis e interpretación de resultados.**

Ya con los resultados de las diferentes preguntas se procede a graficarlos a fin de facilitar el análisis de los mismos y a su vez visualizar las coincidencias entre los participantes, en la encuesta los resultados en su mayoría fueron positivos sin embargo los expertos también encontraron puntos en los que se debe mejorar y emitieron sugerencias al respecto.

#### **ANEXO 4.** Resultados de la validación de la misión.

Introducir al país el concepto de inhumación ecológica, mermando en nuestros clientes el daño emocional y convirtiendo su pérdida en una experiencia de renacimiento espiritual y resarcimiento ambiental, en la ciudad de Guayaquil en el año 2016.

PREGUNTAS	MB(5)	BB(4)	MDB(3)	PA(2)	IN(1)	TOTAL
P.MISION#1		3				3
P.MISION#2	1	1	1			3
P.MISION#3	2		1			3
P.MISION#4	2	1				3
P.MISION#5	2	1				3
P.MISION#6	2		1			3

Resultados de la validación de la visión.

Fuente de elaboración propia.

Ser la empresa preferida por nuestro concepto innovador, filosófico y diferente, posicionándonos en la mente de nuestros clientes como la mejor opción y el modo más bello de ser recordados.

PREGUNTAS	MB(5)	BB(4)	MDB(3)	PA(2)	IN(1)	TOTAL
P.VISION#1		3				3
P.VISION#2	2		1			3
P.VISION#3	1	1	1			3
P.VISION#4	2		1			3
P.VISION#5	2	1				3
P.VISION#6	2		1			3

Fuente de elaboración propia.

## **ANEXO 5.**Modelo de encuesta del estudio de mercado

### **Encuesta**

Estimados, la presente encuesta es parte de la propuesta de modelo de negocios enfocado a la introducción de un servicio de inhumación que contribuya a la creación de bosques". Les agradecería se dieran unos minutos para completarla, de antemano GRACIAS

1. ¿Cuál es su edad? (\*)
  - De 18 hasta 25 años
  - De 25 hasta 35 años
  - De 35 hasta 45 años
  - De 45 hasta 65 años
2. ¿En qué región del Ecuador vive usted? (\*)
  - Costa
  - Sierra
  - Oriente
  - Galápagos
3. ¿Se considera usted una persona precavida? (\*)
  - si, lo soy
  - solo un poco precavido
  - no, lo soy
4. ¿Qué importancia tiene para usted la adquisición de una bóveda de cementerio en caso de presentarse una desgracia? (\*)
  - Muy importante
  - Medianamente importante
  - De poca importancia
5. ¿Qué opina usted de la idea? Un cementerio que en lugar de tener tumbas tuviese hermosos árboles, en el que las cenizas de sus familiares sean puestas en urnas biodegradables que unirse con la tierra y una semilla den como resultado un bello árbol que represente a la persona

## ANEXO 5. Continuación

que allí se encuentre, transformando el cementerio en un bosque ornamental (\*)

- Me parece muy buena idea
- Me parece una mala idea

6. ¿Si la idea de negocios fuese un hecho, usted la adquiriría? (\*)

- si claro
- Por qué no
- No lo usaría

7. ¿Cuánto pagaría por ello?, tome en cuenta que ese espacio sería suyo por siempre pues el árbol no sería talado jamás y los restos de la persona fallecida tampoco. (\*)

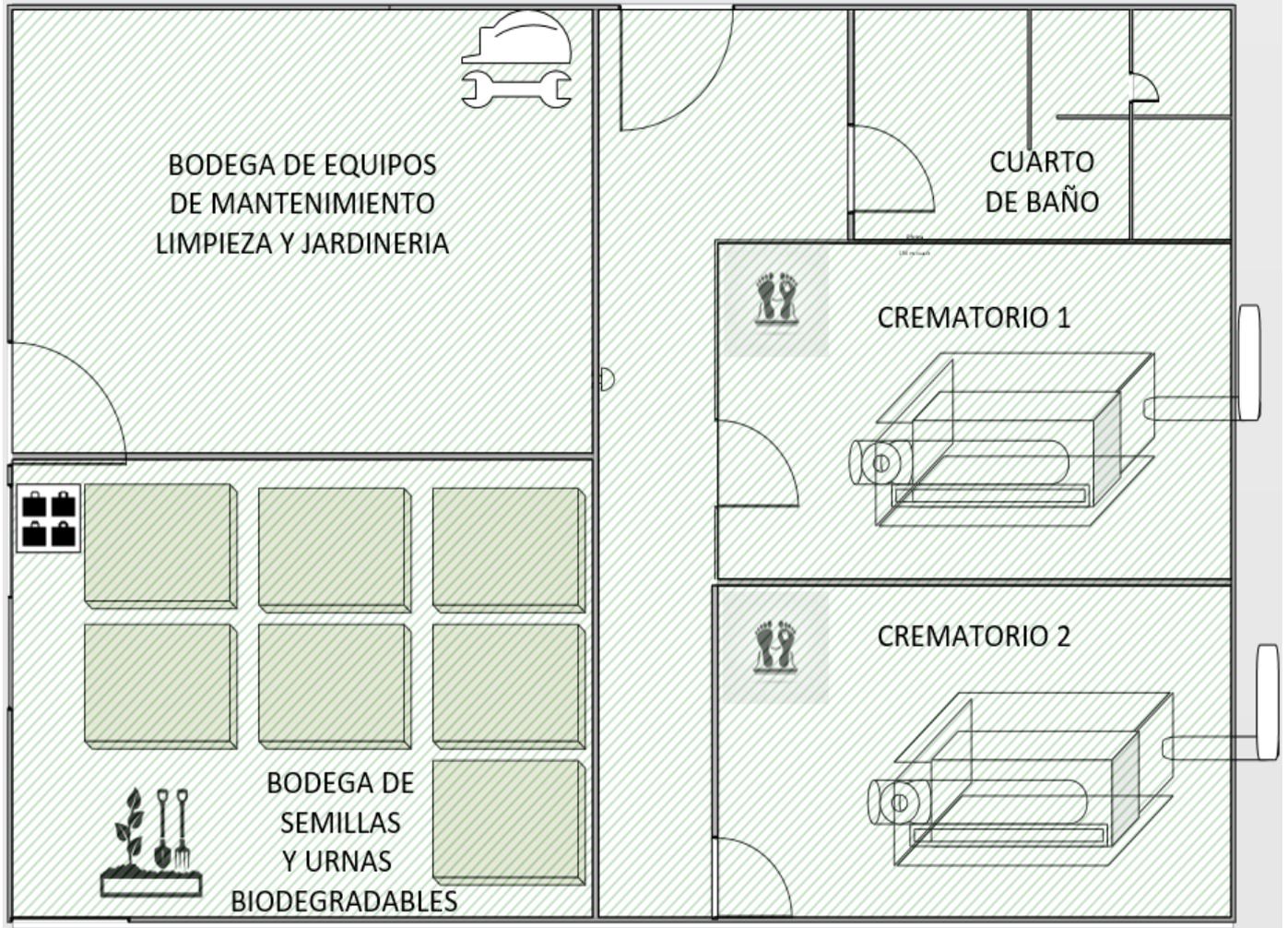
- De 3.000 hasta 5.000 dólares
- De 5.000 hasta 10.000 dólares
- De 10.000 hasta 20.000 dólares

**ANEXO 6. DOCUMENTACIÓN REQUERIDA POR EL MINISTERIO DE SALUD PREVIO A LA AUTORIZACIÓN PARA LA INHUMACIÓN DE CADÁVERES EN CEMENTERIOS.**

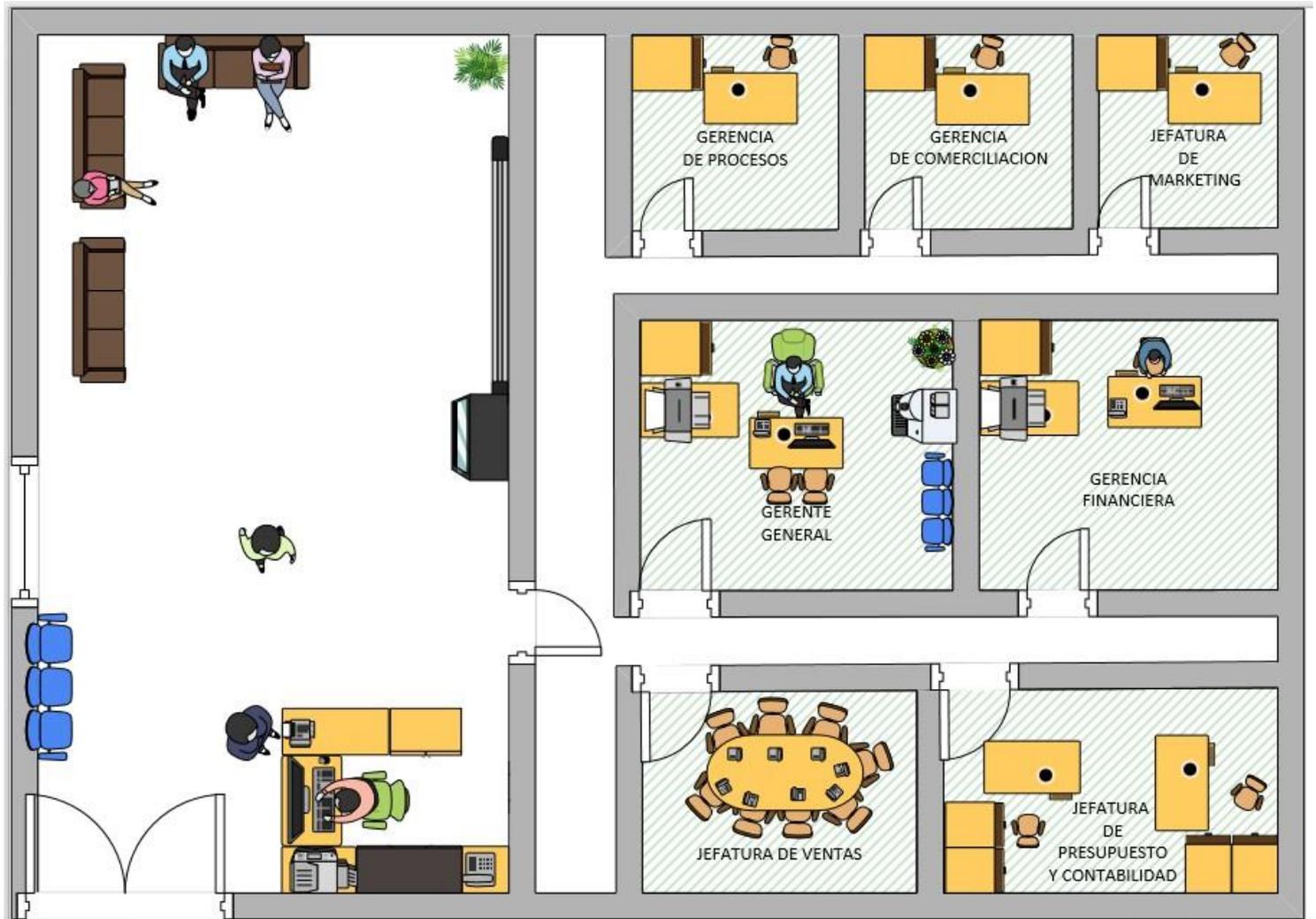
- Copia del certificado de defunción otorgado por la jefatura del registro civil.
- Fotocopia del informe estadístico de defunción otorgado por el INEC.
- Solicitud de inhumación.
- Fotocopia del solicitante.
- En el caso de la cremación el solicitante deberá encontrarse hasta en cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad y deberá presentar los siguientes documentos:
  - Original o copia del certificado de defunción
  - Copia del informe estadístico de defunción otorgado por el INEC
  - En caso de ser necesario, copia de la solicitud de exhumación
  - Solicitud de cremación escrita y firmada por tres familiares que se encuentren hasta en cuarto grado de consanguinidad.
  - En el caso de no tenerlos deberá presentar una declaración justificando el hecho
  - Copias de cedula de las personas que solicitan la cremación.

**ANEXO 7.** Distribución espacial de la Empresa “Bosques Renacer”.

**INSTALACIONES OPERATIVAS DE CREMACION Y BODEGAS DE LA EMPRESA.**



**ANEXO 8.** Distribución espacial de las oficinas y salas de recepción de la empresa



**ANEXO 9. REQUISITOS PREVIOS A LA ADQUISICIÓN DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EMITIDO POR EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA.**

- Autorización de instalación por parte del señor Director Provincial de Salud de Pichincha.
- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Copia del RUC actualizado del establecimiento.
- Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
- Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica.
- Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Copia certificada o notariada del nombramiento del Representante Legal
- Copia de los certificados de salud ocupacional emitidos por los Centros de Salud del Ministerio de Salud
- Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito)
- Plano del establecimiento a escala 1:50.