



UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE INGENIERÍA EMPRESARIAL

TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

DISEÑO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN Y GERENCIAMIENTO DEL CAMPO SANTO “CIUDAD SANTA”. UBICADO EN EL CANTÓN AZOGUES.

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERO EMPRESARIAL**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

Christian Marcelo Borja Arichavala

Director:

Ing. Carlos Fabián Ramírez Valarezo, MBA.

2019

DECLARACIÓN

Yo, **Christian Marcelo Borja Arichavala**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Christian Marcelo Borja Arichavala



CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Christian Marcelo Borja Arichavala, bajo mi supervisión.

Ing. Fabián Ramírez Valarezo MBA.

DIRECTOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios y a mis padres Mario Mullo y Narcisa Arichavala que de una u otra manera me apoyaron incondicionalmente para la escritura del trabajo de investigación, también dedico de manera especial esta tesis a un gran amigo Alfredo Terán que está en el cielo apoyándonos y guiándonos cada día de nuestras vidas.

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia quiero agradecer a Dios por haberme dado la salud y vida para desarrollar mi trabajo de grado, también quisiera agradecer a mis padres y familia por todo el apoyo brindado todo este tiempo y mi sincero agradecimiento a todas las personas que de una u otra manera me dieron la mano en el desarrollo del proyecto de investigación.

Un grato agradecimiento a mi tutor de tesis Ing. Fabián Ramírez Valarezo MBA. Que con sus conocimientos y su guía me ha permitido concluir con éxito mi tesis de grado.

Por último quisiera agradecer a la Universidad Católica de Cuenca sede Azogues por haberme brindado todas las herramientas y el conocimiento a través de todos sus profesores mil gracias a todos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN	2
CERTIFICACIÓN	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTOS	5
ÍNDICE DE CONTENIDOS	6
ÍNDICE DE TABLAS	11
ÍNDICE DE FIGURAS	13
ÍNDICE DE ANEXOS	14
RESUMEN	15
ABSTRACT	16
CAPÍTULO 1: ENFOQUE METODOLÓGICO	17
1.1 Antecedentes	17
1.2 Problema de investigación	18
1.3 Tipo de investigación.....	18
1.4 Alcance de la investigación	18
1.5 Objetivos	18
1.5.1 Objetivo general.....	18
1.5.2 Objetivos específicos.....	19
1.6 Corte estadístico: Tipo de población y tamaño de muestra.....	19
1.7 Justificación.....	19
1.7.1 Práctica.....	19
1.7.2 Metodología	20
1.7.3 Teórica.....	20
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	21
2.1 Definición de Camposanto	21
2.2 Historia	21

2.3	Tipos de funerales.....	22
2.4	Cementerios modernos	23
2.5	Velatorios	23
2.6	Rituales mortuorios en el Ecuador	23
2.7	Abordaje teórico de servicios camposanto.....	24
2.7.1	Servicios exequiales	24
2.7.2	Cremaciones.....	24
2.7.3	Nichos.....	24
2.7.4	Camposanto.....	24
2.7.5	Cementerio	24
2.7.6	Sala de velaciones.....	25
2.8	Gestión de negocios.....	25
2.9	Fundamentación teórica del sector de los servicios de camposanto	26
2.10	Teorías de modelos de negocios, emprendimiento, innovación	26
2.11	Definiciones de modelo de negocios	27
2.12	Estudios aplicados sobre modelos de negocios en el ámbito de los camposantos, cementerios.....	27
2.13	Abordaje teórico de los proyectos de inversión.....	28
2.13.1	Definiciones de proyecto de inversión.....	28
2.13.2	Etapas del proyecto: pre-inversión e inversión.....	28
2.13.3	Estudio del comportamiento del consumidor.....	28
2.14	Cimentación teórica sobre el componente administrativo y marco legal	29
2.15	Aproximaciones teóricas sobre el estudio técnico	30
2.16	Fundamentos del estudio económico y financiero	30
2.17	Una visión teórica de la evaluación de proyectos (TMAR, VAN, TIR) ...	30
2.18	Fundamentos teóricos de la gerencia.....	31
2.18.1	El gerenciamiento.....	31

2.18.2	Habilidades de la gerencia	31
2.18.3	El modelo de gerenciamiento con base en las 4 p del Mix de Producto 32	
2.18.4	Estrategias de la gerencia efectiva y posicionamiento	33
CAPÍTULO 3: NATURALEZA DEL MODELO DE NEGOCIO.....		34
3.1.	INTRODUCCIÓN.....	34
3.2	OBJETIVOS DE LA EMPRESA	34
3.3	Objetivo general	34
3.3.1	Objetivos específicos	34
3.4	Nombre de la empresa	34
3.5	Servicio y productos de la empresa.....	35
3.6	ANÁLISIS SITUACIONAL: MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	36
3.6.1	Macro Ambiente.....	36
3.7	Factores económicos	36
3.9	Factores tecnológicos	37
3.10	Factores culturales y sociales	37
3.11	MICRO AMBIENTE	38
3.11.1	Clientes - Mercado Meta.....	38
3.12	Competidores.....	38
CAPÍTULO 3.1: ESTUDIO DE MERCADO		39
4.1	Definición del servicio.....	39
4.1.1	Tipo de Investigación.....	39
4.2	Análisis de la demanda	39
4.2.1	Análisis de datos de fuentes primarias	39
4.2.2	Segmentación del mercado	39
4.2.3	Análisis de los datos obtenidos.....	41
4.2.4	Determinación y proyección de la demanda.....	56

4.3.1	Oferta actual	57
4.4	Determinación de la demanda potencial insatisfecha.....	58
4.5	Estudio de comercialización del servicio	59
4.5.1	Servicio	59
4.5.2	Precio.....	59
4.5.3	Plaza	61
4.5.4	Promoción.....	61
4.5.5	Misión	62
4.5.6	Visión.....	62
4.5.7	Idea de la necesidad u oportunidad del negocio	62
4.5.8	Objetivos del negocio	62
4.5.9	Estrategias del negocio	63
CAPÍTULO 3.2: ESTUDIO TÉCNICO		64
5.1	Localización óptima de la planta	64
5.1.1	Macro localización del proyecto.....	64
5.1.2	Micro localización	64
5.2	Determinación de la capacidad instalada óptima de la planta.....	65
5.2.1	Capacidad instalada de la planta.....	65
5.2.2	Tamaño del proyecto	66
5.3	Descripción del proceso de prestación del servicio.....	66
5.3.1	Diagrama de flujo.....	67
5.3.2	Requerimiento de la mano de obra necesaria	68
5.3.3	Requerimiento de insumos y servicios	69
5.3.4	Determinación de las áreas de trabajo necesarias	69
5.3.5	Distribución de la planta	69
5.3.6	Organigrama de la empresa	71

5.3.7 Aspectos legales de la empresa.....	71
CAPÍTULO 3.3: ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO	77
6.1 Presupuesto de inversión	77
6.2 Balance Inicial.....	78
6.3 Proyección de ventas.....	79
6.4 Proyección de costos.....	79
6.5 Depreciaciones y diferidos.....	80
6.6 Estructura de financiamiento.....	81
6.6.1 Costos de capital.....	81
6.7 Sueldos y salarios.....	82
6.8 Gastos financieros	83
6.9 Proyección de costos y gastos	85
6.10 Evaluación financiera del proyecto	86
6.10.1 Estado de situación financiera final	86
6.10.2 Estado de resultados.....	87
6.10.3 Flujo de caja	88
CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	89
7.1 Conclusiones:.....	89
7.2 Recomendaciones:.....	90
7.3 Bibliografía	91
ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ficha técnica del trabajo.....	19
Tabla 2 Investigación del nombre de la empresa	35
Tabla 3 Servicios y productos	35
Tabla 4 ¿Conoce o ha visitado Ud. un camposanto?	41
Tabla 5 ¿Conoce Ud. los cementerios de la ciudad de Azogues?	42
Tabla 6 ¿Señale cuáles son los cementerios de la ciudad de Azogues que Ud. conoce?	43
Tabla 7 ¿Con que frecuencia Ud. visita el cementerio patrimonial de Zhirincay en la ciudad de Azogues?	44
Tabla 8 ¿Está de acuerdo con la creación de un camposanto privado en la ciudad de Azogues?	45
Tabla 9 ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por el uso del camposanto privado? .	46
Tabla 10 ¿Cuál sería el factor más importante para Ud. a la hora de recibir el servicio en un camposanto?	47
Tabla 11 ¿A través de qué medios le gustaría conocer la información del camposanto?	48
Tabla 12 ¿Según su criterio de cuantas salas de velaciones deberíamos de disponer?	49
Tabla 13 ¿Según su criterio que capacidad debería tener la sala de velaciones en el camposanto?	50
Tabla 14 ¿En qué sector preferiría que este ubicado el camposanto privado?	51
Tabla 15 ¿Con relación a los servicios exequiales, que decisión tomaría Ud.?	52
Tabla 16 ¿Estaría dispuesto a comprar un espacio con servicio exequial completo en el camposanto privado?	53
Tabla 17 ¿Cuántos espacios con servicio exequial completo estaría dispuesto a comprar en el camposanto privado?	54
Tabla 18 ¿Qué tipo de espacio con servicio exequial completo estaría dispuesto a comprar Ud.?.....	55
Tabla 19 Determinación y proyección de la demanda.....	56
Tabla 20	57
Tabla 21 Determinación y proyección de la oferta	58
Tabla 22 Determinación y proyección de la demanda insatisfecha.....	58

Tabla 23 Precio del servicio exequial	59
Tabla 24 Precios de servicios exequiales de bóvedas	60
Tabla 25 Precio servicios exequiales tumbas al piso	60
Tabla 26 Precios servicios exequiales mausoleos	61
Tabla 27 Capacidad total	65
Tabla 28 Funciones del personal	68
Tabla 29 Presupuesto de inversión	77
Tabla 30 Estado de situación inicial	78
Tabla 31 Proyección de ingresos	79
Tabla 32 Costos fijos.....	80
Tabla 33 Costos variables	80
Tabla 34 Depreciaciones.....	80
Tabla 35 Diferidos	81
Tabla 36 Costo de capital (TMAR)	81
Tabla 37 Tabla de amortización	83
Tabla 38 Proyección de costos fijos y variables	85
Tabla 39 Estado de situación final.....	86
Tabla 40 Estado de resultados.....	87
Tabla 41 Flujo de caja proyectado	88
Tabla 42: Comparación de rentabilidad del proyecto	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1 Número de personas occisas en el Cantón Azogues año 2016	18
Fig. 2 Tasa de mortalidad general.....	37
Fig. 3 ¿Conoce o ha visitado Ud. un camposanto?	41
Fig. 4 ¿Conoce Ud. los cementerios de la ciudad de Azogues?	42
Fig. 5 ¿Señale cuáles son los cementerios de la ciudad de Azogues que Ud. Conoce?	43
Fig. 6 ¿Con que frecuencia Ud. visita el cementerio patrimonial de Zhirincay en la ciudad de Azogues?	44
Fig. 7 ¿Está de acuerdo con la creación de un camposanto privado en la ciudad de Azogues?	45
Fig. 8 ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por el uso del camposanto privado?	46
Fig. 9 ¿Cuál sería el factor más importante para Ud. a la hora de recibir el servicio en un camposanto?	47
Fig. 10 ¿A través de qué medios le gustaría conocer la información del camposanto?	48
Fig. 11 ¿Según su criterio de cuantas salas de velaciones deberíamos de disponer?	49
Fig. 12 ¿Según su criterio que capacidad debería tener la sala de velaciones en el camposanto?	50
Fig. 13 ¿En qué sector preferiría que este ubicado el camposanto?	51
Fig. 14 ¿Con relación a los servicios exequiales, que decisión tomaría Ud. para el entierro de su ser querido?.....	52
Fig. 15 ¿Estaría dispuesto a comprar un espacio para su ser querido en dicho camposanto?.....	53
Fig. 16 ¿Cuántos espacios estaría dispuesto a comprar en el camposanto privado?	54
Fig. 17 ¿Qué tipo de espacio estaría dispuesto a comprar Ud.?.....	55
Fig. 18 Proyección de la demanda	56
Fig. 19 Proyección de la oferta	58
Fig. 20 Afiche publicitario	62
Fig. 21 Organigrama de servicios.....	67
Fig. 22 Organigrama del personal	71

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A Encuesta sociodemográfica	96
Anexo B Número de bóvedas disponibles.....	99
Anexo C Requerimientos municipales.....	100
Anexo D: Permisos para la sala de velaciones	101

RESUMEN

Introducción: La implementación de un nuevo camposanto dentro de la ciudad de Azogues, no solo permitirá evitar la sobrepoblación en los camposantos existentes en la actualidad, sino, además, dar a la ciudad un lugar nuevo, moderno y con todas las facilidades a la población para que puedan enterrar a sus fallecidos.

Objetivo: Diseñar un modelo de negocios mediante la aplicación de la metodología de la investigación científica para el sector terciario enfocado en el factor servicios.

Metodología: Exploratorio y descriptivo entre los pobladores de la ciudad de Azogues, a través de una encuesta sociodemográfica para determinar las preferencias y la aceptación de un nuevo camposanto en la ciudad de Azogues.

Resultados: La factibilidad de un nuevo camposanto en la ciudad de Azogues es positiva, ya que la es una idea innovadora por los servicios que se ofrece, a más de las facilidades en opciones y servicios. La proyección en el ámbito financiero es positiva con un VAN de \$1'018.107,10 y un TIR del 17%, lo que hace valedera el proyecto.

Conclusiones: La implementación de un nuevo camposanto en la ciudad de Azogues con las características presentados es una idea innovadora que mejorará el servicio fúnebre para la población, a más de ser un atractivo para la ciudad en sí.

Palabras clave: camposanto, estudio, factibilidad, Azogues, fúnebre, servicios.

ABSTRACT

Introduction: The implementation of a new cemetery within the city of Azogues, will not only prevent overpopulation in the existing cemeteries, but also give the city a new, modern place with all the facilities to the population so they can bury their dead.

Objective: Design a business model by applying the methodology of scientific research for the tertiary sector focused on the services factor.

Methodology: Exploratory and descriptive among the residents of the city of Apogees, through a sociodemographic survey to determine the preferences and acceptance of a new cemetery in the city of Azogues.

Results: The feasibility of a new cemetery in the city of Azogues is positive, since it is an innovative idea for the services offered, in addition to the facilities in options and services. The projection in the financial field is positive with an NPV of \$1'018.107,10 and an IRR of 17%, which makes the project valid.

Conclusions: The implementation of a new cemetery in the city of Azogues with the characteristics presented is an innovative idea that will improve the funeral service for the population, in addition to being an attraction for the city itself.

Keywords: cemetery, study, feasibility, Azogues, funeral, services.

CAPÍTULO 1: ENFOQUE METODOLÓGICO

1.1 Antecedentes

En el siglo XIX era muy común enterrar a las personas en los patios de las iglesias, pero el problema se presentó con el crecimiento de las ciudades industriales ya que había muchos cuerpos amontonados afuera de las iglesias y esto contaminó fuentes de agua y con ello aparecieron epidemias de cólera en las ciudades (BBC News, 2015).

Siendo Napoleón Bonaparte uno de los primeros en tratar de neutralizar esta situación, para lo cual ordenó la construcción de cementerios con un diseño de jardín a los alrededores de las iglesias el primero y más importante es Père Lachaise, ubicado en el 20mo Arrondissement (Paris), que abrió en 1804 unos días después de que Bonaparte fuera escogido emperador (BBC News, 2015).

En Ecuador como tradición para el entierro de las personas se usaban bóvedas, en las iglesias, debido a que no existía un cementerio separado de estas edificaciones. No es sino hasta el siglo XIX, que se dispone en Quito la creación de cementerios o panteones como los llamaban en esa época, situados en la Recolecta del Tejar donde reposaban los restos de personajes importantes y otro en el convento de San Diego (Darquea, 2014).

Así mismo en la ciudad de Guayaquil se inauguró el 27 de abril de 1823 el primer cementerio General ubicado al norte de la ciudad, siendo. En el siglo XX llenado con hermosos mausoleos diseñados por diversos arquitectos y escultores, mausoleos majestuosos que hoy en día son reconocidos como los mejores de Sudamérica y considerados patrimonio cultural (Cando, 2017).

Mientras que en la ciudad de Azogues se constituyó uno de los primeros cementerios en el año 1883, misma que hoy en día ya no se encuentra activa. El cementerio general que en la actualidad funciona fue construido en año 1949, siendo su actual administrador Ing. Ruperto Mogrovejo, quien manifestó que el cementerio cuenta con un estimado de 4.000 bóvedas, y once mausoleos de instituciones como el: Sindicato de Choferes, UNE Provincial del Cañar, Comité de Trabajadores Industria Guapán (Bernal, 2018); Satisfaciendo las necesidades de sepultura de los fallecidos en el cantón Azogues y aledaños como se detallan en la figura 1.

Regiones, provincias, cantones y parroquias	Total general			Tipo de certificación					
	Total	Residentes	No residentes	Con certificación médica			Sin certificación médica		
				Total	Residentes	No residentes	Total	Residentes	No residentes
Cañar	926	781	145	789	648	141	137	133	4
Azogues	425	312	113	401	288	113	24	24	-
Aurelio Bayas Martínez	12	12	-	12	12	-	-	-	-
Azogues	20	19	1	16	15	1	4	4	-
Borrero	9	8	1	8	7	1	1	1	-
Azogues	270	166	104	270	166	104	-	-	-
Cojitambo	16	16	-	12	12	-	4	4	-
Guapán	22	22	-	17	17	-	5	5	-
Javier Loyola (Chuquipata)	29	25	4	28	24	4	1	1	-
Luis Cordero	15	15	-	14	14	-	1	1	-
Pindlig	5	5	-	3	3	-	2	2	-
Rivera	7	5	2	4	2	2	3	3	-
San Miguel	16	15	1	15	14	1	1	1	-
Taday	4	4	-	2	2	-	2	2	-

Fig. 1 Número de personas occisas en el Cantón Azogues año 2016

Fuente: www.ecuadorencifras.gob.ec

1.2 Problema de investigación

¿Existe un modelo de negocios con un diseño de inversión y gerenciamiento para un camposanto en el cantón Azogues?

1.3 Tipo de investigación

El tipo de investigación para el presente trabajo de titulación es cuantitativo. Se explica desde los datos, porcentajes e indicadores que se detallaran en el estudio.

1.4 Alcance de la investigación

El alcance de la presente investigación es exploratorio y descriptivo. Al realizarse una inmersión en datos e información de fuentes primarias, secundarias y la correspondiente descripción de información constante en bases de datos científicas. La investigación por ahora no es correlacional ni tiene pretensiones explicativas.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Diseñar un modelo de negocios mediante la aplicación de la metodología de la investigación científica para el sector terciario enfocado en el factor servicios.

1.5.2 Objetivos específicos

Fundamentar el enfoque metodológico aplicado al diseño de un modelo de negocios.

Rastrear los aportes teóricos desde las bases de datos científicas aplicados a teorías y estudios previamente realizados por la comunidad epistémica.

Diseñar un modelo de negocios para el sector terciario enfocado en el factor servicios aplicado al tema de investigación.

1.6 Corte estadístico: Tipo de población y tamaño de muestra

- El tipo de población es infinita
- El tamaño de la muestra responderá a un nivel de confianza del 95%. Equivale que se trabajara con dos desviaciones estándar y un límite para el error de estimación del 5%.
- La unidad de análisis son las personas que requieren un servicio de velación y un lugar en el camposanto para brindarle cristiana sepultura a su familiar, en el cantón Azogues.

Tabla 1
Ficha técnica del trabajo

Universo de población	Clientes que necesiten productos y servicios funerales en el cantón Azogues.(85.030 habitantes)
Ámbito geográfico	Nacional
Técnica de muestreo	Aleatorio simple
Persona encuestada	Personas o familias que necesiten un espacio con servicio exequial completo para su ser querido
Población	Infinita
Tamaño de la muestra	398 Encuestas
Nivel de confianza	95%
Error muestral	5%
Periodo temporal	Transversal

Elaboración: Christian Borja, 2019.

1.7 Justificación

1.7.1 Práctica

El trabajo de titulación beneficiará a los usuarios del camposanto privado, a posibles trabajadores (aproximado de 9 a 10 personas), y a familias que requieran del servicio y producto que se ofrecerá en dicho camposanto.

1.7.2 Metodología

Se formulará una metodología de modelo de negocios para el presente caso que puede ser usado por académicos e investigadores.

1.7.3 Teórica

Se integrará en beneficio de la comunidad epistémica un conjunto de teorías y estudios aplicados sobre el tema.

De esta forma queda construida la mirada metodológica del presente trabajo de titulación a la luz de los antecedentes y el objeto de estudio.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1 Definición de Camposanto

Según la Real Academia Española (RAE), el camposanto también llamado cementerio es un terreno cercado y destinado a enterrar cadáveres. Como se conoce generalmente, los camposantos son el lugar donde las personas depositan el cuerpo mortal de una persona cuando está fallece, con el fin de preservar sus restos y tener un lugar donde visitarlos (RAE, 2019).

2.2 Historia

A lo largo de la historia se han generado un sin número de formas para enterrar un cuerpo como: osarios, catacumbas, fosas, columbarios, mausoleos, nichos, etc. Todos ellos regidos por constantes técnicas, culturales, espaciales, políticas y económicas. El enterramiento más antiguo descubierto en 2012 data de hace unos 400.000 años en la localidad de Atapuerca- España (Francisco, 2012).

Las prácticas de enterramiento varían de pueblo en pueblo; en la prehistoria predominan los sepulcros (construcciones levantadas del suelo) y las necrópolis (campos de enterramiento), constituidos por elementos macizos por lo general edificados en piedra, de los cuales la arqueología ha sumado los hallazgos más considerables (Francisco, 2012).

Como lo indica una de las civilizaciones más antiguas del mundo fueron los egipcios, siendo una de sus costumbres los rituales funerarios (detallados en el libro de los muertos), utilizando la momificación con el fin de que no existiera una descomposición de los cuerpos al ser estos ser colocados en las tumbas, este proceso de momificación fue perfeccionado y desarrollado durante el nuevo imperio, hasta la desaparición de la principal región de Egipto. Este ritual aseguraba la inmortalidad y el pasar a la otra vida sin ningún problema (<http://www.entierros.com>, 2016).

En la cultura griega, tras el fallecimiento de una persona se procedía a la preparación del cuerpo, o llamada prótesis, que consistía en el lavado y purificado con ungüentos, se cerraba los ojos y se sujetaba la barbilla, luego de esto era colocado en una habitación para que familiares y amigos le presenten sus respetos por el lapso de uno o dos días, luego el difunto era trasladado a su lugar de descanso, ya sea en andas o carruaje. A partir del siglo V antes de Cristo, comenzó la costumbre de incluir una moneda en la boca del difunto como pago para el barquero (Azorín, 2016).

En el caso de los romanos, los rituales eran algo similares, los efectos funerarios duraban casi siete días, después optaron por la cremación propia de los pueblos indoeuropeos. Los romanos construyeron mausoleos y sepulcros manteniendo los modelos griegos” (Rojas, 2017, pág. 26).

A partir de la caída del imperio romano, la iglesia católica pasó a tomar el control de las prácticas funerarias en occidente, las cuales variaban conforme a los problemas ideológicos, políticos, y técnicos de cada lugar. Se da sobriedad a los entierros; se dejan de utilizar panteones y ánforas, y se generalizan los enterramientos múltiples. Las tumbas consistían en losas de piedra que podían ser reutilizadas; se opta por sepultar al cadáver en una fosa común, descomponerlo y luego almacenarlo en un osario (Rojas, 2017).

2.3 Tipos de funerales

Desde las técnicas antiguas hasta las más modernas podemos encontrar:

- **Enterrado bajo tierra:** La práctica más usual, que consiste en cavar un hoyo, depositar el cuerpo adentro de una cueva, cubrirlo con piedras; hasta las más laboriosas que son las tumbas de los faraones situadas en el valle de los Reyes (Hidalgo, 2016).
- **Inmersión en el mar:** Usada por los marineros, ya que por su amor por el océano prefieren reposar ahí (Hidalgo, 2016).
- **Adentro de una edificación:** Se solía construir un monumento suntuoso (un mausoleo) para enaltecer la memoria del difunto. Entre los más impresionantes están el Taj Mahal en India y el Tesoro de Petra en Jordania (Hidalgo, 2016).
- **Disolución:** Es una forma menos contaminante, un nuevo sistema de patente escocesa trata los cadáveres por emulsión. Consiste en sumergir el cuerpo en una solución de agua con hidróxido de potasio a una temperatura de 180 °C, lo que hace que la descomposición, que normalmente ocurre en un lapso de hasta veinte años, se produzca en cuestión de dos o tres horas (Hidalgo, 2016).
- **Plastinación:** Técnica inventada por el anatomista Gunther von Hagen, que consiste en preservar los cadáveres extrayendo los líquidos corporales por medio de solventes, para luego sustituirlos por resinas elásticas. El proceso requiere unas 1 500 horas de trabajo y cuesta mínimo 50 000 euros (Hidalgo, 2016).

2.4 Cementerios modernos

A partir del siglo XIX los cementerios tienden a planteamientos más ordenados, influenciados en gran parte al crecimiento de la población y la revolución industrial y la ilustración, se introduce el concepto del mercado y lo que hasta hace tiempo era un espacio público para la sepultura, se convirtió en un servicio con costos implicados en el mantenimiento y la seguridad; se construyen así bóvedas prefabricadas y elementos modulados (Rojas, 2017).

2.5 Velatorios

De acuerdo a la RAE, velatorio (también denominado velorio) es:

- Acto de velar (ll pasar la noche al cuidado de un difunto).
- En hospitales, sanatorios, clínicas, tanatorios, etc., lugar donde se vela un difunto.

Evento que conlleva a la reunión de familiares y amigos, durante las horas posteriores a su muerte y las horas anteriores a su inhumación o cremación.

En Irlanda la inmovilidad y rigidez del cuerpo, y la pérdida de la sensibilidad del cuerpo cataléptico llevó a la costumbre popular de dejar al cuerpo tumbado en una mesa, y esperar alrededor de él a su despertar para así poder distinguir la catalepsia del fallecimiento, siendo conocido este acto con el término Wake, es cual era un ritual que servía para que amigos y familiares pudiesen dar por muertos a sus seres queridos tras pasar varios días sin reacción alguna y que acabó por transformarse con el tiempo en el rito fúnebre del velatorio que hoy conocemos (Mancilla, 2017).

Este tipo de ritual que ha vivido numerosos cambios con el transcurso de los años, el mismo que parece estar abandonando su celebración en el propio hogar del difunto por sitios especiales como salas de velaciones.

2.6 Rituales mortuorios en el Ecuador

En el Ecuador, los rituales y las actitudes ante este hecho han evolucionado conforme a los valores y sentimientos. Pero los sentimientos ante la muerte no solo difieren según la época, sino que también vienen predeterminados por el ámbito sociocultural o étnico (Hidalgo, 2016).

Sin dejar de lado el dolor de los familiares, la preparación de los ritos mortuorios inicia con la preparación del sitio del velatorio, para el recibimiento de los amigos y familiares, con comida y bebida, interpretación de canticos religiosos y /o musicales, u otras actividades que la familia considere (Hidalgo, 2016).

2.7 Abordaje teórico de servicios camposanto

2.7.1 Servicios exequiales

Constituye a los servicios posteriores a la muerte de una persona, actividad comercial que se dedica en proporcionar los ataúdes, honras fúnebres y lo que tiene que ver en el sepelio contratados por los dolientes. Los costos varían según el lugar de velación, la calidad del cofre o los procedimientos realizados al cadáver (Ríos, 2018).

2.7.2 Cremaciones

Según las RAE el significado de cremación es el siguiente: “incinerar”, por lo tanto, se puede decir que es cuando la incineración se aplica a una persona que ha fallecido, mediante la aplicación de altas temperaturas y un tratamiento térmico adecuado, pasa gracias a su combustión a convertirse en cenizas (Efuneraria, 2018).

2.7.3 Nichos

Según la Real Academia de la Lengua Española los nichos son “huecos practicados en un muro para albergar algo dentro, especialmente el que sirve para colocar cadáveres o sus cenizas en un cementerio”. Por lo general suelen apilarse en hileras de varias alturas para aprovechar espacios reservados a la memoria y el respeto de las personas que ya no se encuentran vivos (Valladares, 2016).

La muerte de un ser querido trae dolor a sus familiares, pero también representa una serie de trámites y gastos en los que deben incurrir para cumplir con los requisitos legales, y en la mayoría de los casos, con los ritos religiosos según su creencia.

Muchas personas viven experiencias similares cuando muere algún familiar y quieren darle la mejor despedida posible, pero descubren que el sector en América Latina se caracteriza por pequeñas empresas de tipo familiar, que no tienen ningún tipo de tecnología implementada para brindar un servicio de calidad, por ejemplo, salones improvisados o velación en los domicilios (Staff, 2018).

2.7.4 Camposanto

Es el lugar donde se entierra a los muertos (Diccionario Español, 2019).

2.7.5 Cementerio

Esta palabra fue introducida por los cristianos. Antes del cristianismo el lugar donde enterraban a los muertos se le llamaba "necrópolis" (ciudad de los muertos, en español) (Diccionario Español, 2019).

2.7.6 Sala de velaciones

Una sala de velatorio es aquella destinada a velar un muerto. La familia o personas más cercanas acompañan al fallecido, antes del entierro o la incineración. El lugar de encuentro donde llegan las visitas que quieren dar el último adiós a la persona. Las salas de velaciones tienen un espacio para colocar el difunto que es visible y un espacio donde los que lo acompañan pueden sentarse y descansar, suelen ser espacios confortables (Áltima Serveis Funeraris , 2019).

En lo que respecta a la ciudad de Azogues existen 3 camposantos o cementerios en el área urbana siendo estos el Cementerio patrimonial de Zhirincay, Cementerio de San Francisco de Asís de Azogues, y Cementerio de la Catedral de Azogues; existiendo otros cementerios en algunas parroquias aledañas a la ciudad.

En lo referente a las salas de velaciones existen 4 en funcionamiento que son:

- Sala de velaciones “**San Marcos**”
- Sala de velaciones “**Socorros Mutuos**” de la sociedad Azogueña
- Sala de velaciones “**La Paz**”
- Sala de velaciones “**San Carlos**”

Cada una de estas salas de velaciones, prestan servicios similares que cubren las necesidades que las personas tenían en tiempos antiguos, estas cuentan con servicios de tramitación en la municipalidad para la obtención de un nicho, trámites legales y servicios de cajas mortuorias y cafetería, entre otros servicios.

2.8 Gestión de negocios

El modelo de negocio, es una pieza imprescindible para la planificación y previsión de todo lo necesario para conseguir que un proyecto empresarial resulte rentable y exitoso. Coloquialmente, solemos hablar de negocio o modelo de negocio como la manera o forma que tiene una empresa de ganar dinero, es decir, obtener ganancias y beneficios para la empresa (Porrás, 2018).

Cuando la empresa está volcada en la mejora continua y se utilizan indicadores para evaluar el desempeño de las áreas, fortalece su nivel de madurez. Además, la innovación con seguridad, es parte de su cultura. Esto es clave en la gestión de negocios exitosos (Porrás, 2018).

Guy Kawasaki en la nueva edición ampliada de su bestseller *El arte de la empezar 2.0*, ofrece estos consejos a la hora de configurar tu modelo de negocio:

1. Ponte como objetivo un nicho de mercado específico. Muchos emprendedores temen establecer un foco excesivamente limitado y específico porque saben que con ello no podrán dominar el mundo. Sin embargo, las empresas de mayor éxito empezaron poniéndose como objetivo alcanzar como máximo un par de mercados y crecieron luego adquiriendo un tamaño mayor a medida que fueron abordando nuevos mercados", asegura este emprendedor (Redaccion, 2019).

2. Mantén la sencillez. "Si no eres capaz de describir tu modelo de negocio en diez palabras o menos es que no tienes un modelo de negocio.

3. Copia a los demás. Podemos innovar en tecnología, marketing o distribución, pero tratar de inventar un nuevo modelo de negocio es una estrategia perdedora. Intenta relacionar tu modelo de negocio con algo que ya tenga éxito y todo el mundo entienda", sugiere.

4. Sé expansivo. Los clientes esperan descubrir productos innovadores y frescos, no más de lo mismo.

2.9 Fundamentación teórica del sector de los servicios de camposanto

Esencialmente los servicios que presta un camposanto es la morada de los restos mortuorios de las personas que han fallecido, en los cementerios públicos por lo general solo se ofrece una prestación de entierro, exhumación y nichos, pero cuando son de propiedad privada, estos tienen ofertas complementarias que van desde servicios exequiales, cremaciones, nichos, publicaciones en periódicos, etc (Gallardo, 2019).

2.10 Teorías de modelos de negocios, emprendimiento, innovación

La definición clásica de modelo de negocios dice que es la planificación previa al plan de negocio que delimita qué vas a ofrecer al mercado, la forma cómo lo vas a hacer, quienes serán tu público objetivo, la estrategia de venta de tu producto o servicio y el tu método para generar ingresos (Contreras, 2015).

En el caso del emprendimiento, es la acción de crear un negocio, al mismo tiempo que lo construyes y escalas para generar ganancias., este es una definición básica a la cual se le complementa la transformación del mundo resolviendo grandes problemas, como iniciar un cambio social, fabricar un producto innovador o mostrar una solución que le cambie la vida a un grupo de personas (Ferreira, 2018).

Y de acuerdo con Charles Leadbetter, la innovación dejó de ser un tema específico del sector profesional. En la actualidad, aficionados apasionados y emprendedores

usan nuevas herramientas para fabricar productos y modelos que las empresas no pueden (Martin, 2017).

2.11 Definiciones de modelo de negocios

Alex Osterwalder en su libro “Generación de modelos de negocio” asevera un modelo de negocio consiste en crear valor para las empresas, los clientes y la sociedad, es decir, en reemplazar los modelos obsoletos. Grandes ejemplos de los nuevos modelos de negocio son el reproductor digital iPod y la tienda en línea iTunes, con el que Apple creó un modelo de negocio innovador que convirtió la empresa en el líder indiscutible en el ámbito de la música en Internet (Quijano, 2018).

Para Javier Megías un modelo de negocios es “hablar no sólo de cómo ganar dinero sino también de quiénes son tus clientes, de cómo vas a llegar a ellos, qué cosas tienes que hacer para entregarles tu propuesta de valor, qué es lo que te hace único, qué estructura de costes tienes, etc.; es una visión sistémica de tu negocio” (Megías, 2019).

2.12 Estudios aplicados sobre modelos de negocios en el ámbito de los camposantos, cementerios

Cecilia Torres y Jennifer De León realizaron un Diseño de Estrategias de Marketing de la empresa Camposanto del Ecuador “Parque de la Paz”, la propuesta se efectuó con un detalle de un plan de comunicación efectiva y un apoyo al sistema de ventas que está soportada con una fuerte campaña gráfica en el sector, nace de la baja notoriedad de clientes en el área céntrica de la ciudad de Guayaquil que tiene la empresa Camposantos del Ecuador "Paz de la Paz", por lo que luego de realizar las investigaciones correspondientes se determinó que existe una necesidad en este sector que no está siendo satisfecha por ninguna otra empresa, por diversos motivos, entre estos, uno de los más relevantes está la falta de conocimiento de las personas del sector sobre los beneficios que ofrece la empresa (Torres & De León , 2018).

En Ibarra se realizó un proyecto sobre un modelo de negocio para la creación de un cementerio ecológico por parte de Juan Carlos Rodríguez Reyes, la idea nace ante la necesidad de brindar un espacio diferente y placentero tanto al difunto como a sus deudos, que represente armonía, serenidad y sobre todo privacidad, compartiendo los espacios con el medio ambiente. Una vez aplicada el estudio se determinó que es posible recuperar la inversión inicial realizada en un plazo máximo de 5 años calendario según comprobación con los índices aplicados TIR, VAN Y TMAR;

asimismo la obtención de utilidades atractivas tanto para el propietario como para los posibles inversionistas y público en general (Reyes, 2018).

2.13 Abordaje teórico de los proyectos de inversión

2.13.1 Definiciones de proyecto de inversión

Un proyecto de inversión es una propuesta de gastos de activos líquidos que tiene como objetivo generar beneficios económicos en el futuro, incluye una definición detallada de las estimaciones de las erogaciones y de los ingresos futuros incluyen diferentes medidas del rendimiento de la inversión, como el VAR o el TIR (Federico, 2018).

Un proyecto de inversión se define como una planificación a la se le que se le asigna un capital e insumos materiales, humanos y técnicos con la finalidad de generar un beneficio o rendimiento económico a un determinado plazo. Nace como alternativa al pensamiento de una idea que busca dar solución a un problema o la manera de aprovechar la oportunidad de un negocio (Riquelme, 2018).

2.13.2 Etapas del proyecto: pre-inversión e inversión

Pre-inversión: Concierno al proceso de la elaboración de los estudios y los análisis obligatorios para la formulación y evaluación del proyecto. El objetivo es acrecentar la incertidumbre para recoger la información suficiente y necesaria para tomar la mejor decisión desde el punto de vista técnico y económico (Díaz, 2016).

Inversión: Es el monto financiero que debe disponer un empresario para iniciar un negocio, dicho de otra forma, la cantidad de dinero con la que se obtendrán los recursos para mantener funcionando el negocio, a la espera del retorno de dinero suficiente en un periodo de tiempo determinado (Meyo, 2018).

2.13.3 Estudio del comportamiento del consumidor

Conocer bien al consumidor es esencial a la hora de tener comunicación con él. Distinguir sus gustos, preferencias y su forma de comportarse ayuda a concretar las estrategias de ventas y planificar las operaciones óptimas para vender cualquier producto o servicio, los especialistas en marketing, deben conocer el comportamiento de los consumidores y saber cuándo usar las diferentes herramientas de investigación de mercado (Camuñas, 2017).

El punto de partida para entender al comprador es el modelo de estímulo – respuesta, los estímulos ambientales y de mercado ingresan en la conciencia del comprador, los rasgos del comprador y el proceso de decisión los llevan a sus

decisiones de compra, por lo que la función del mercadólogo radica en comprender lo qué ocurre en la conciencia del comprador, entre la llegada del estímulo externo y las decisiones de compra del mismo (Kotler, 1996).

2.14 Cimentación teórica sobre el componente administrativo y marco legal

El marco legal para la realización de actividades referentes a los cementerios o camposantos, está regulado por el Reglamento establecimientos servicios funerarios y manejo cadáveres y el Reglamento sustitutivo para otorgar Permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario.

Para la obtener el Permiso de funcionamiento para Cementerios, es necesario seguir con los tramites obligatorios pertinentes mediante la información proporcionada por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Este trámite se lo realiza de manera online.

Entre los requisitos tenemos:

1. Contar con un Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
2. Llenar el formulario de solicitud de permiso de funcionamiento seleccionando la actividad de cementerios, en el sistema de permiso de funcionamiento (<http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec> (ARCSA, Gob.ec, 2018) /).

El Reglamento: establecimientos servicios funerarios y manejo cadáveres establece:

Art. 38.- Los cementerios son los únicos sitios autorizados para la inhumación de cadáveres, mortinatos, piezas anatómicas u osamentas humanas, los cuales deben cumplir con las disposiciones contempladas en la Ley Orgánica de Salud, este Reglamento, las normas técnicas que la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria -ARCSA emita y la normativa ambiental correspondiente. Todo cementerio deberá contar con un osario (MSP, 2018).

Mientras que en lo referente a los permisos de funcionamiento para estas actividades la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, menciona:

Art. 2.- Las disposiciones del presente Reglamento serán aplicadas de manera obligatoria a nivel nacional a todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados, con o sin fines de lucro, que realicen actividades de producción, almacenamiento, distribución, comercialización, expendio, importación, exportación de productos de uso y consumo humano, servicios de salud públicos y privados de

atención al público, empresas privadas de salud y medicina prepagada y otros establecimientos de atención al público sujetos a vigilancia y control sanitario (ARCSA, 2012).

2.15 Aproximaciones teóricas sobre el estudio técnico

El estudio técnico es de trascendental importancia para realizar un proyecto, siendo utilizado para establecer la viabilidad del mismo. Además, determina el espacio físico y tiempo que tendría para la puesta en marcha. A través de esta herramienta se puede identificar eficientemente el funcionamiento y el tamaño adecuado del lugar, lo que permite que los procesos de producción se elaboren de forma correcta. Tomando en cuenta que la información recolectada durante este estudio debe cumplir con todos los estándares requeridos para tomar decisiones y determinar si es factible o no invertir en los recursos para su ejecución (Cedeño, 2018).

Comprende todo lo que tiene que ver con el funcionamiento y operatividad del propio proyecto y tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes a esta área (Deliz, 2018).

2.16 Fundamentos del estudio económico y financiero

Consiste en la aplicación de técnicas que permiten a los empresarios conocer la situación de sus negocios y el resultado de las decisiones tomadas en el ámbito financiero. Por medio de este se pueden responder incógnitas fundamentales en torno a la solidez de la organización, el nivel de rendimiento y el grado de riesgo, entre otras (Jimenez, 2015).

El análisis financiero es importante para la administración adecuada en la toma de decisiones de una empresa, revelar las dificultades futuras para pronosticar la situación económica, financiera y aplicar correctivos apropiados para solventarlas. Es primordial realizar un análisis financiero como una herramienta clave para una eficiente gestión financiera en las empresas (Ochoa, Sánchez, Andocilla, Hidalgo, & Medina, 2018).

2.17 Una visión teórica de la evaluación de proyectos (TMAR, VAN, TIR)

La evaluación es un período fundamental para un proyecto, a través de este proceso se analizan los elementos que actúan en el proyecto con la finalidad de determinar su viabilidad y eficacia, calcular los posibles riesgos y determinar las respuestas. Para esto se utilizan medidores financieros como son el TMAR, VAN y TIR.

TMAR: La tasa mínima aceptable de rendimiento, es la rentabilidad mínima que un inversionista espera obtener de una inversión, teniendo en cuenta los riesgos de la inversión y el costo de oportunidad de ejecutarla en lugar de otras inversiones, indica la mínima tasa de beneficio que un gerente de proyecto considera aceptable para poder iniciar un proyecto (Corvo, 2019).

VAN: El Valor Actual Neto es un método que ayuda a conocer la rentabilidad del proyecto que se está trabajando, es un indicador que podría considerarse que es a futuro. Esto es debido a que evalúa el resultado de cada uno de los proyectos en caso de que se vendiera y, para ello, emplea diferentes proyecciones en los flujos de gastos e ingresos. No sólo mide la viabilidad, sino que ayuda a determinar el precio por el que se debería vender si se quiere obtener una rentabilidad de dicha transacción económica (Chain, 2018).

TIR: La definición de Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de rentabilidad que proporciona una inversión, considerándose el porcentaje de pérdida o beneficios que tendrá dicho negocio para las cantidades invertidas, se trata de un medidor empleado en la evaluación de proyectos de inversión íntimamente ligado con el VAN. También se considera como el valor de la tasa de descuento que consigue que el VAN resulte igual a cero. Gracias a este concepto conseguiremos conocer cuando una inversión resulta rentable o no, el resultado aparece reflejado en un porcentaje (Gacía, 2017).

2.18 Fundamentos teóricos de la gerencia

2.18.1 El gerenciamiento

El concepto de gerencia a nivel general, es empleado para definir a un grupo de personas con habilidades de liderazgo y con gran preparación educacional cuyas funciones se relacionan a la dirección de empresas, instituciones y organismos. tiene una base dispositiva que se apega a las leyes gerenciales vigentes de acuerdo al territorio en el que se va a aplicar. El concepto de gerencia en este ámbito es bastante específico, sin embargo, tiene una serie de funciones que son imperativas para su correcta aplicación (Valdez, 2019).

2.18.2 Habilidades de la gerencia

Los gerentes o superiores de una empresa son figuras clave para el buen funcionamiento de la compañía, pues sus acciones tienen un papel determinante en los resultados. Además, como muchas inversiones indican, sus comportamientos afectan al resto de la plantilla y la salud laboral de ésta, lo que tiene un fuerte impacto

en su desempeño, su productividad y, por tanto, los resultados de la empresa. Ser un gerente exitoso no se trata de ser jefe sino de ser líder. Un jefe tiene autoridad sobre su equipo, pero eso no quiere decir que sepa gestionarlo (Corbin, 2016).

2.18.3 El modelo de gerenciamiento con base en las 4 p del Mix de Producto

Uno de los conceptos más famosos y clásicos de cuando estudiamos Publicidad y Marketing, es la mezcla de mercadotecnia o Marketing Mix. El concepto fue creado por el profesor Jerome McCarthy y difundido por Philip Kotler.

En términos generales, cuando hablamos del marketing nos referimos a una disciplina que estudia y/o analiza el comportamiento del mercado y los consumidores, para así lograr realizar acciones que permitan un mayor número de ventas y de usuarios fidelizados con la marca. Pero no se puede hablar solo del marketing sin mencionar el término que logra englobar las 4 variables tradicionales que permiten lograr los objetivos cuando hablamos del marketing tradicional, nos referimos al Marketing Mix (Remache, 2017):

- producto,
- precio,
- plaza,
- promoción.

De acuerdo con Philip Kotler El concepto de marketing se reduce a dos preguntas:

- 1) ¿A cuáles clientes atenderemos? y
- 2) ¿Como los atenderemos?

El objetivo es crear más valor para los clientes que atendemos que el que crean los competidores.

Según Kotler la estrategia de marketing debe estar orientada hacia el cliente en dividir los mercados en grupos significativos de consumidores (segmentación), elegir a qué grupos de cliente atender (mercado meta), crear ofertas de mercado que atiendan mejor a los clientes meta (diferenciación) y posicionar las ofertas en las mentes de los consumidores (posicionamiento) (Quijano, www.marketingyfinanzas.net, 2016).

2.18.4 Estrategias de la gerencia efectiva y posicionamiento

Sin un plan el gerente en la actualidad puede dirigir la empresa, ni saber cómo organizar a su personal, sus recursos, ni esperar que los demás le sigan, no tienen posibilidades de alcanzar metas, ni sabe cuándo y dónde se desvió del camino. Es por eso que es necesario planificar y medir eficazmente son dos acciones que están estrechamente vinculadas y que resulta vital en la gestión. En un entorno cada vez más complejo y cambiante, es importante focalizar nuestros esfuerzos en lo que realmente aporta valor y nos permita diferenciarnos de nuestros competidores (Morales, 2015).

Entre los pasos para conseguir una estrategia eficaz tenemos:

- Promover y dirigir la reunión anual de revisión estratégica, haciendo un ejercicio de traducción de la información actualizada a mapas y objetivos.
- Dirigir el debate sobre los indicadores y su medición.
- Orientar a los líderes sobre cómo determinar objetivos e iniciativas que favorezcan el logro de las metas.

CAPÍTULO 3: NATURALEZA DEL MODELO DE NEGOCIO

3.1. INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Azogues existen tres cementerios en donde se realiza la inhumación de personas, pero no existe un lugar donde se ofrezca un servicio global de velación y entierro de un ser querido en un mismo lugar, evidenciándose la necesidad de dar este servicio, siento pertinente analizar y conocer si existe la factibilidad de implementar un camposanto denominado “Ciudad Santa” en el Cantón Azogues, provincia del Cañar con el fin de alcanzar un potencial mercado que busque satisfacer esta necesidad.

Con la idea del modelo de negocios se tiene el objetivo de realizar un estudio de mercado, que permita saber si el servicio será aceptado en nuestra localidad, también se realizará un estudio técnico, permita determinar el lugar más adecuado para establecer las instalaciones de la empresa y realizar un estudio económico-financiero del proyecto, para conocer sus costos de inversión y determinar el mercado meta y la publicidad que será requerida.

3.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

3.3 Objetivo general

Desarrollar un modelo de negocios para determinar la posibilidad de la creación de un camposanto privado denominado “Ciudad Santa”, en el cantón Azogues, que comercialice espacios estratégicos para la inhumación de personas en beneficio de la localidad.

3.3.1 Objetivos específicos

- Desarrollar un estudio de mercado que dé a conocer la dimensión que pueda alcanzar el proyecto.
- Realizar un estudio técnico, para identificar donde puede ser ubicada las instalaciones y demás componentes necesarios.
- Realizar una evaluación económica-financiera del proyecto de inversión, que determine la rentabilidad y factibilidad que pueda tener la propuesta.

3.4 Nombre de la empresa

Se identificó en nombre de la empresa mediante el análisis conocido como lluvia de ideas en donde se observó atributos como: descriptivo, original, moderno, claro, significativo y agradable, se determinó el nombre “Ciudad Santa”, haciendo referencia

al respeto y apego religioso existente en la ciudad.

Con un grupo de investigadores de elaboro la tabla 2 en donde las alternativas para el nombre de la empresa fueron valoradas en una escala del 1 al 5 obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 2
Investigación del nombre de la empresa

Atributo	Descriptivo	Original	Moderno	Claro	Significativo	Agradable	Total
Nombre							
“CIUDAD SANTA”	4	5	4	4	4	5	26
AZOCAMPOSANTO	3	4	1	3	2	2	15
CAMPOSANTO AZOGUES	3	2	1	2	1	4	13

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Christian Borja, 2019.

3.5 Servicio y productos de la empresa

Los servicios ofertados por la empresa abarcan el alquiler y venta de espacios diseñados estratégicamente para la inhumación de personas y cenizas, incluyendo el mantenimiento de los sitios, teniendo un precio estimado con base en el tamaño de las tumbas y el tiempo por el cual fue contratado.

También se proyecta incluir los siguientes servicios:

Tabla 3
Servicios y productos

Servicios	Productos
Alquiler de la sala de velaciones	Venta de cofres mortuorios
Servicio de cafetería	Venta de espacios en el camposanto
Servicio de capilla ardiente	
Servicios y productos adicionales	
Trámites legales	
Servicio religioso	
Arreglos florales	
Acompañamiento musical	
Placa recordatoria	
Condolencias	
Libro recordatorio	
Formolización	
Traslado del occiso	
Publicaciones en periódico	
Placa y tarjetas recordatorias	
Inhumación y mantenimiento	

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Christian Borja, 2019.

3.6 ANÁLISIS SITUACIONAL: MACRO Y MICRO AMBIENTE

3.6.1 Macro Ambiente

“El Macroambiente está formado fundamentalmente, por las fuerzas institucionales que afectan las transacciones entre la empresa y el mercado. Considerándose cuatro elementos: la Economía, la demografía, la Tecnología, y los factores culturales y sociales” (Kotler, Philip, 1967).

3.7 Factores económicos

Para el análisis de la viabilidad económica del proyecto es necesario tomar en cuenta aspectos sobre los cuales se sostiene la idea de negocio. Siendo importante conocer los medios de financiamiento que otorgan los bancos o cooperativas, determinar los posibles inversores que pudieran invertir en el camposanto a futuro. Cabe considerar que existe la posibilidad de acceder a créditos con un bajo interés en la corporación financiera nacional (CFN), que brinda crédito a pequeñas y medianas empresas para que puedan innovar y crecer.

Por último, otro factor a considerar son las remesas que ingresan al país y concretamente a la provincia, ya que según el banco central del Ecuador en el primer trimestre del 2018 la provincia del Cañar recibió 61.14 millones de dólares en remesas repartidas como se indica en la figura 2.

Siendo el Cantón Azogues el que mayores recursos percibe por remesas (39%), que puede llegar a ser posibles fuentes de financiamiento vía inversión por compra del terreno a ser utilizado.

3.8 Factores demográficos

Para el desarrollo del proyecto se debe considerar el número de habitantes existentes en nuestro cantón y de esta manera nos permita calcular la muestra, se procedió a analizar datos estadísticos y proyecciones que se realizan a cada cantón y se llegó a determinar que el Cantón Azogues bordea los 85.030 habitantes según las proyecciones encontradas en la página del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Tasa de Mortalidad general, masculina y femenina 1990 – 2016

Entre el 1990 y 2016 la tasa de mortalidad femenina disminuye de 4,4 a 3,7 muertes por cada 1000 habitantes y la masculina disminuye 4,9 a 4,1 muertes en el mismo período.

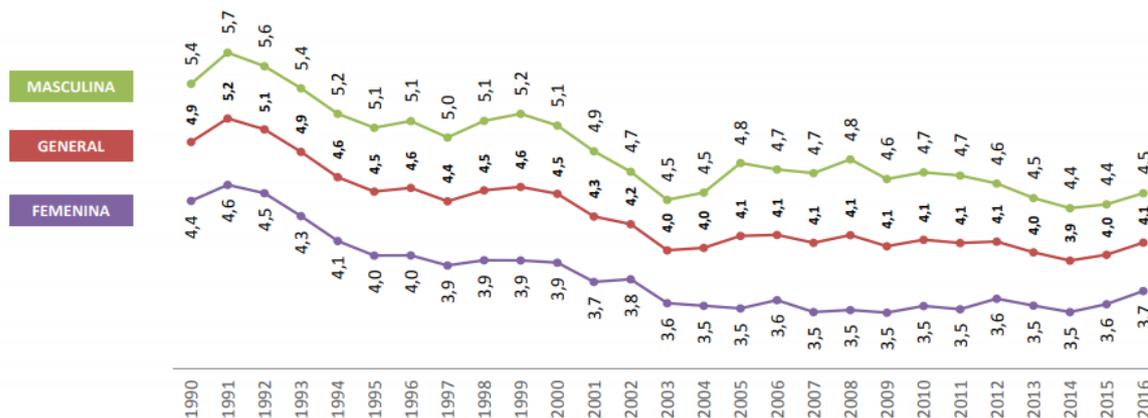


Fig. 2 Tasa de mortalidad general
Fuente: www.ecuadorencifras.com

3.9 Factores tecnológicos

La tecnología aporta con medios para realizar las actividades de una forma más eficiente, reducir costos y obtener beneficios. Se pretende aplicar la tecnología en el negocio mediante una buena iluminación para su infraestructura, pantallas oled para la proyección de la biografía del difunto, sistemas de seguridad, vehículos o carrozas, etc. Esta inversión será adquirida dentro del país.

3.10 Factores culturales y sociales

En el siglo XIX el entierro realizado en los patios de las iglesias genero contaminación de las fuentes de agua y con ello a presentarse epidemias. En la cultura del ecuador existen tradiciones y costumbres que también se celebran en otros países, como la visita a sus muertos en los cementerios, comidas especiales, entre otros.

En cuanto a la ceremonia de velación, esta se desarrolla por un periodo de 24 o 38 horas, con un servicio religioso y posterior inhumación en el sitio escogido por la familia o responsable.

En lo que se refiere a los factores legales para la inhumación de una persona dentro del cantón Azogues, es necesario tramitar el informe estadístico de defunción general, este puede obtener a través de un médico o mediante una institución de salud pública

que haya brindado atención al paciente, posteriormente se realiza el debido trámite en el registro civil para la obtención del certificado de defunción y por último se acude al municipio para gestionar el alquiler de la bóveda en el cementerio municipal.

3.11 MICRO AMBIENTE

3.11.1 Clientes - Mercado Meta

Para conocer a qué tipo de público estaría dirigido la publicidad y las promociones de los servicios que se pretende ofrecer en la idea de negocios es necesario analizar las siguientes variables: edad, sexo, mercado, tipo de profesión, estatus económico, etc.

- **Edad:** para el tipo de proyecto se incluirá personas de todas las edades.
- **Sexo:** la idea de negocios está dirigida tanto para hombres y mujeres en general.
- **Mercado:** serán habitantes de nuestro cantón tanto del área urbana y el área rural, pero sin descartar a las personas que vienen de otras ciudades a habitar en nuestra localidad y repatriación de migrantes.
- **Tipo de profesión:** la profesión de nuestros posibles clientes se considera indiferente.
- **Estatus económico:** el servicio será prestado a clientes que tengan la disponibilidad económica necesaria, sin excepción alguna.

3.12 Competidores

En lo que se refiere a los competidores se analizó la competencia actual y futura del mercado a desenvolverse del proyecto de inversión, actualmente en el sector privado no existe competencia alguna mientras que en el sector público se tiene una competencia directa del cementerio Patrimonial de Zhirincay, del cementerio de San Francisco de Peleusí de Azogues y del cementerio de la Catedral de Azogues.

Servicios Exequiales existentes en la actualidad en la ciudad:

En el Cantón Azogues actualmente existen salas de velaciones que ofrecen servicios que van desde la venta de cofres mortuorios hasta el servicio religioso en el mismo lugar es así, siendo competencia en los servicios y productos de forma parcial, las salas de velaciones como: Sala de velaciones “**San Marcos**”, “**Socorros Mutuos**” de la Sociedad Azogueña, “**La Paz**” y Sala de velaciones “**San Carlos**”.

CAPÍTULO 3.1: ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Definición del servicio

El servicio que se pretende ofrecer a la ciudadanía es el alquiler y venta de bóvedas y nichos ubicados en el camposanto, contemplando así mismo servicios conexos como el alquiler de la sala de velaciones por 24 o 48 horas, en donde incluye el cofre mortuario, trámites legales, acompañamiento musical, condolencia en radio o Tv, proyección de la biografía del occiso, traslado hacia el lugar de sepultura, placa y tarjetas del recuerdo para los familiares más cercanos, tratamiento de químico del cadáver, arreglos florales, buscando abarcar todos los posibles servicios que requiere el cliente.

4.1.1 Tipo de Investigación

La investigación a realizarse es de tipo cuantitativa, ya que la información a obtener se va a operacionalizar de forma numérica, que van desde datos, porcentajes e indicadores que se descubrirán en el estudio. Contando con un enfoque descriptivo - transversal, que se apoya con información de fuentes secundarias.

4.2 Análisis de la demanda

Se usarán fuentes de información primaria y secundaria. Para obtener información primaria se pretende aplicar la técnica de la encuesta a la muestra determinada; mientras que para la información secundaria será recopilada de datos estadísticos del Banco Central del Ecuador, Instituto ecuatoriano de estadísticas y censos (INEC), Ecuador en cifras, entre otros.

4.2.1 Análisis de datos de fuentes primarias

El tamaño de la muestra se calculó con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 5%. La unidad de análisis son las personas que requieren un servicio de velación y un espacio en el camposanto para brindarle sepultura religiosa a su ser querido, en la ciudad de Azogues.

4.2.2 Segmentación del mercado

En este punto del proyecto se establece el mercado pertinente siendo este el número de personas a las cuales se le realizará la encuesta, para ello se realizó el cálculo del tamaño de la muestra, la misma que permite conocer aspectos vitales para establecer la demanda del servicio de camposanto privado ubicado en la ciudad de Azogues.

Para el efecto se tomó en cuenta la proyección del cantón Azogues que para el año 2019 es de 85.030 habitantes según datos obtenidos en la página del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Se calcula mediante la fórmula para una población infinita establecida de la siguiente manera:

$$n = \frac{Npq}{[(n-1).d] + pq}$$

En donde:

n= muestra

N= población total

p= porción de aceptación deseada del producto

q= porción de rechazo

d= nivel de error de estimación

$$n = \frac{(85030)(0,5)(0,5)}{(85030 - 1). 0.000625 + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(85030) (0,25)}{(85029). 0.000625 + (0,25)}$$

$$n = \frac{21257,5}{53,143125 + 0,25}$$

$$n = \frac{21257,5}{53,393125}$$

n= 398 encuestas

Del cálculo realizado se determinó una muestra que asciende a 398 encuestas a diferentes habitantes del cantón Azogues.

4.2.3 Análisis de los datos obtenidos

De la encuesta aplicada se recolectó y analizó la siguiente información;

Tabla 4
¿Conoce o ha visitado Ud. un camposanto?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	288	72,36%
No	110	27,64%
Total	398	100,00%

Elaboración: Christian Borja, 2019

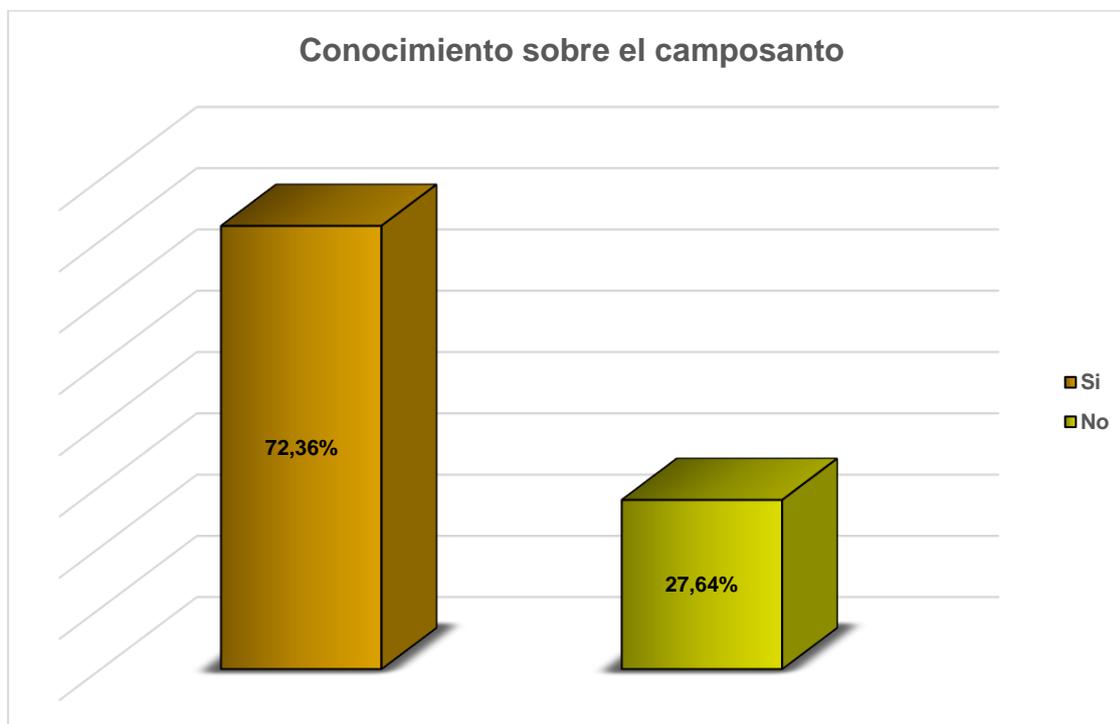


Fig. 3 ¿Conoce o ha visitado Ud. un camposanto?
Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

Del total de encuestados, el 72,36% de las personas conocen o han visitado un camposanto, mientras que el 27,64% manifestó no conocerlo o haberlo visitado.

Tabla 5
¿Conoce Ud. los cementerios de la ciudad de Azogues?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	308	77,39%
No	90	22,61%
Total	<u>398</u>	<u>100,00%</u>

Elaboración: Christian Borja, 2019

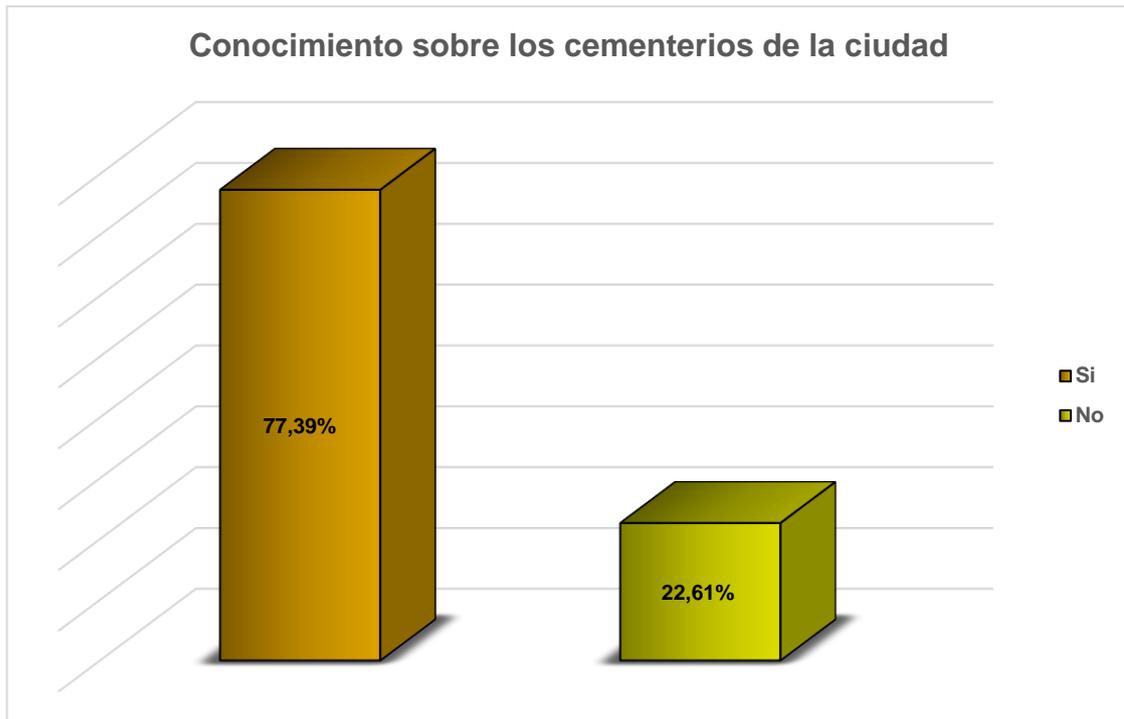


Fig. 4 ¿Conoce Ud. los cementerios de la ciudad de Azogues?
Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

Como se aprecia en la Figura 3, el 77,39% de las personas encuestadas conocen los cementerios del cantón Azogues, a diferencia del 22,61% que no los conoce.

Tabla 6
¿Señale cuáles son los cementerios de la ciudad de Azogues que Ud. conoce?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Cementerio patrimonial de Zhirincay	182	45,73%
Cementerio de San Francisco de Peleusí de Azogues	63	15,83%
Cementerio de la Catedral de Azogues	33	8,29%
Todos	90	22,61%
Ninguno	30	7,54%
Total	398	100,00%

Elaboración: Christian Borja, 2019

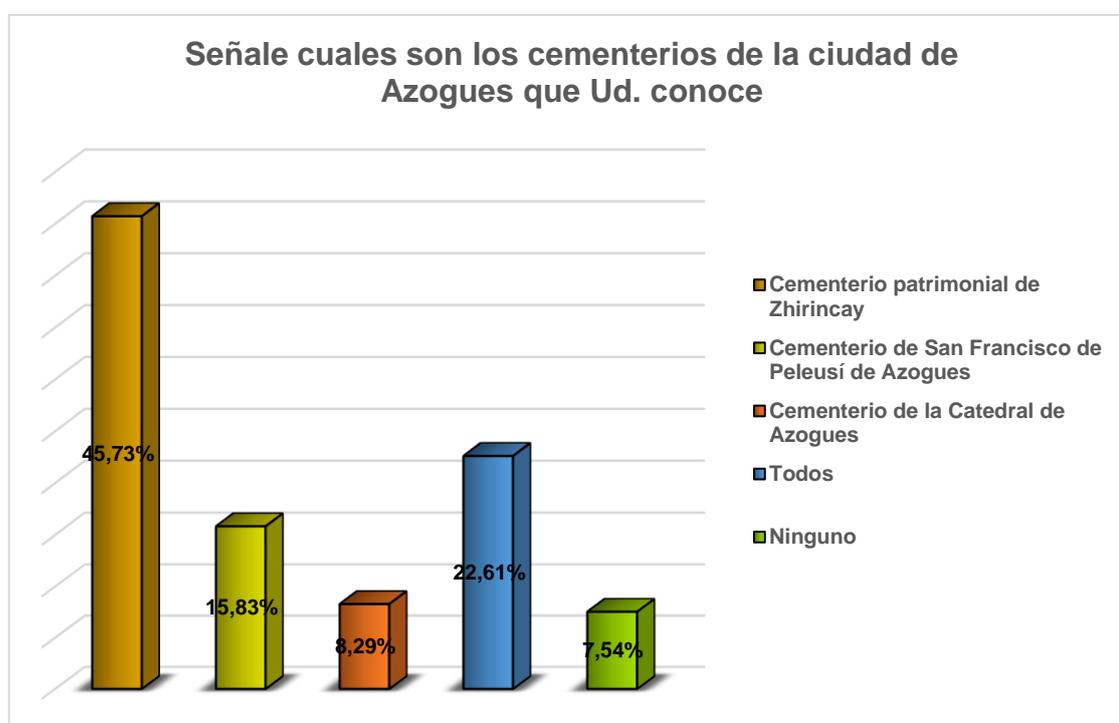


Fig. 5 ¿Señale cuáles son los cementerios de la ciudad de Azogues que Ud. Conoce?
Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

El 45,73% de las personas encuestadas conocen el Cementerio Patrimonial de Zhirincay, el 22,61% conocen todos los cementerios, el 15,83% el Cementerio de San Francisco de Peleusí de Azogues, el 8,29% el Cementerio de la Catedral de Azogues y el 7,54% no conoce ningún cementerio de la ciudad.

Tabla 7

¿Con que frecuencia Ud. visita el cementerio patrimonial de Zhirincay en la ciudad de Azogues?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Una vez por semana	49	12,31%
Dos veces por mes	86	21,61%
Una vez por semestre	114	28,64%
Una vez por año	149	37,44%
Total	398	100,00%

Elaboración: Christian Borja, 2019

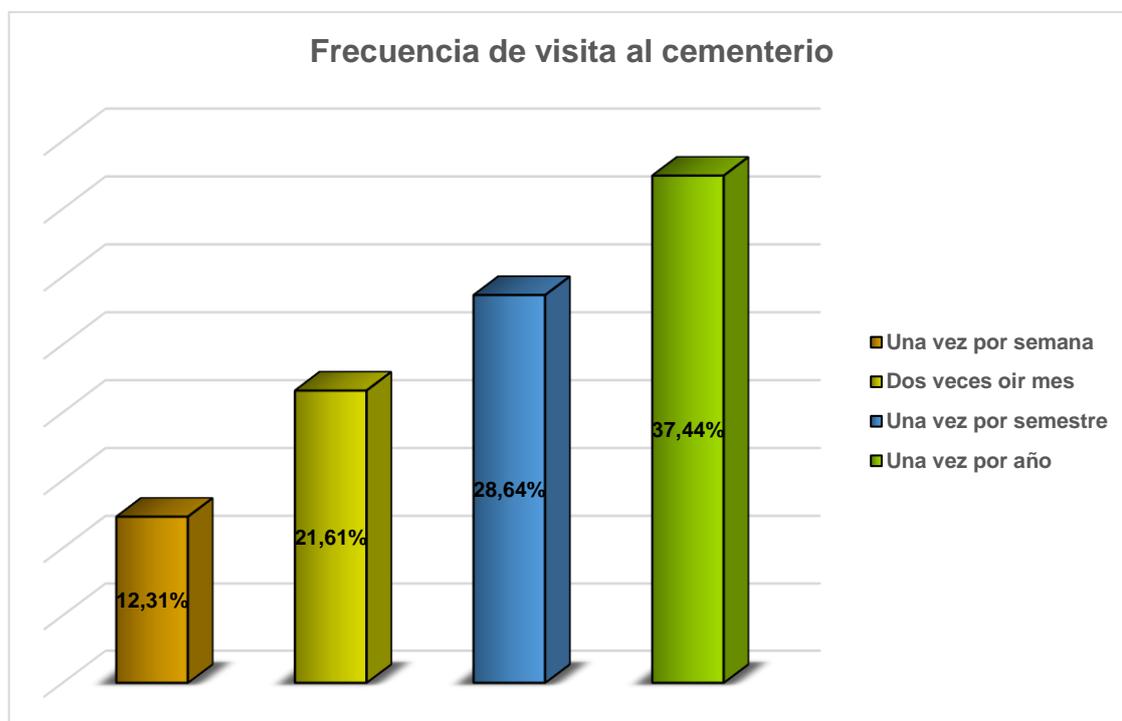


Fig. 6 ¿Con que frecuencia Ud. visita el cementerio patrimonial de Zhirincay en la ciudad de Azogues?

Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

De acuerdo con la Figura 5, el 37,44% ha visitado el cementerio una vez al año, el 28,64% lo ha hecho una vez por semestre, el 21,61% lo ha visitado dos veces al mes y tan solo el 12,31% lo ha hecho una vez a la semana.

Tabla 8
¿Está de acuerdo con la creación de un camposanto privado en la ciudad de Azogues?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	263	66,08%
No	135	33,92%
Total	<u>398</u>	<u>100,00%</u>

Elaboración: Christian Borja, 2019



Fig. 7 ¿Está de acuerdo con la creación de un camposanto privado en la ciudad de Azogues?
Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

Sobre la interrogante de la creación de un nuevo camposanto, el 66,08% de las personas están de acuerdo con la creación de un camposanto privado en la ciudad de Azogues, a diferencia del 33,92% que no está de acuerdo.

Tabla 9
¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por el uso del camposanto privado?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
\$3.000	188	47,24%
\$4.000	110	27,64%
\$6.000	100	25,13%
Total	398	100,00%

Elaboración: Christian Borja, 2019

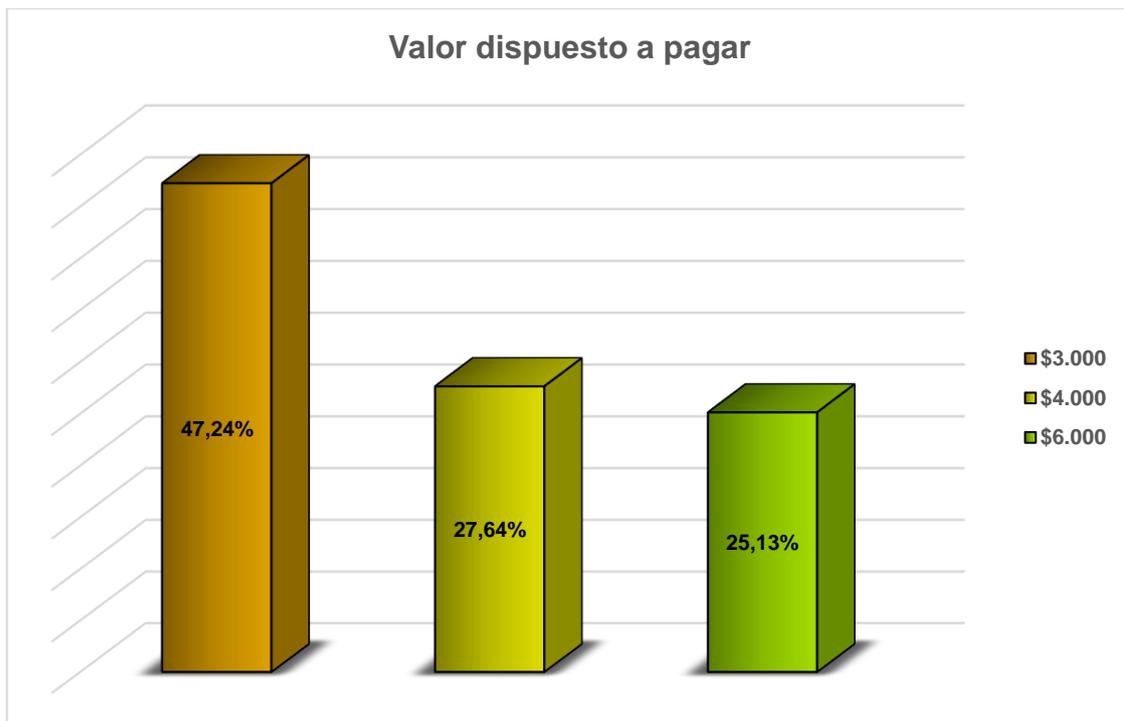


Fig. 8 ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por el uso del camposanto privado?
Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

Como se puede observar, el 25,13% de las personas estarían dispuestas a pagar \$6.000, el 27,64% de las personas pagarían \$4.000 y el 47,24% restante estarían dispuestos a pagar \$3.000 por el uso completo del camposanto privado.

Tabla 10
¿Cuál sería el factor más importante para Ud. a la hora de recibir el servicio en un camposanto?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Buena atención al cliente	65	16,33%
Instalaciones modernas	57	14,32%
Personal calificado	79	19,85%
Ayuda de trámites legales	75	18,84%
Calidad en el servicio	122	30,65%
Total	398	100,00%

Elaboración: Christian Borja, 2019

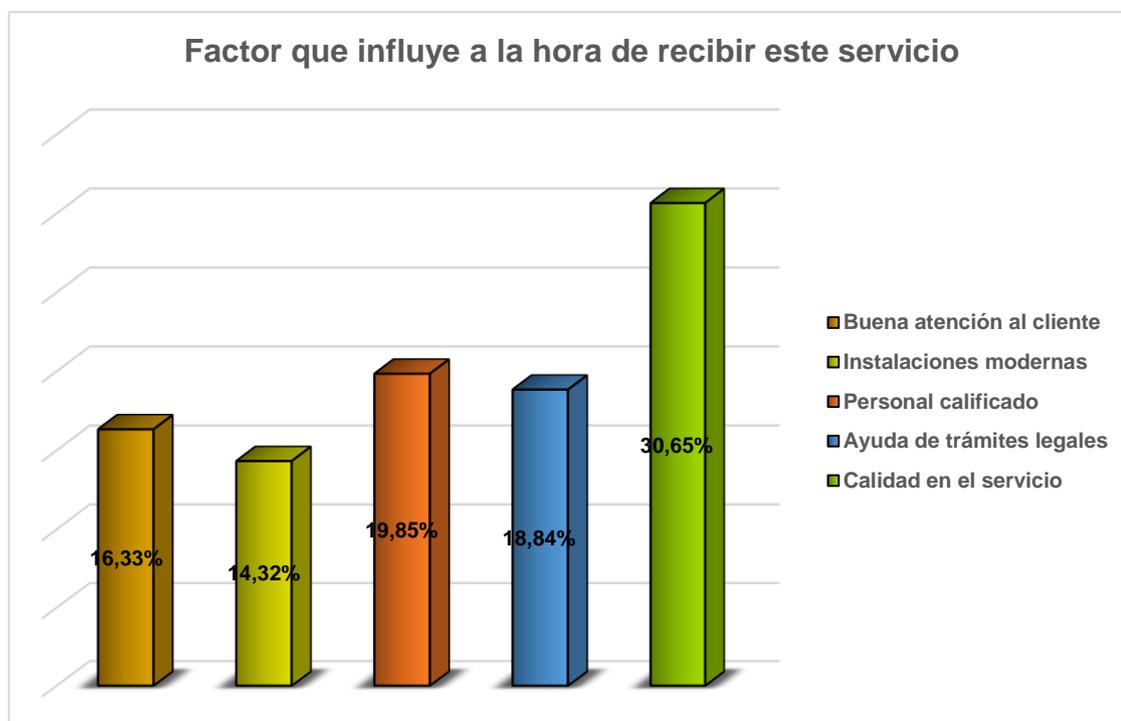


Fig. 9 ¿Cuál sería el factor más importante para Ud. a la hora de recibir el servicio en un camposanto?
Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

Del total de encuestados, el 30,65% prefiere calidad de servicio, el 19,85% personal calificado, el 18,84% ayuda en los trámites legales, el 16,33% buena atención al cliente y el 14,32% restante instalaciones modernas.

Tabla 11
¿A través de qué medios le gustaría conocer la información del camposanto?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Por radio	60	15,08%
Televisión	60	15,08%
Periódicos	82	20,60%
Redes Sociales	196	49,25%
Total	398	100,00%

Elaboración: Christian Borja, 2019

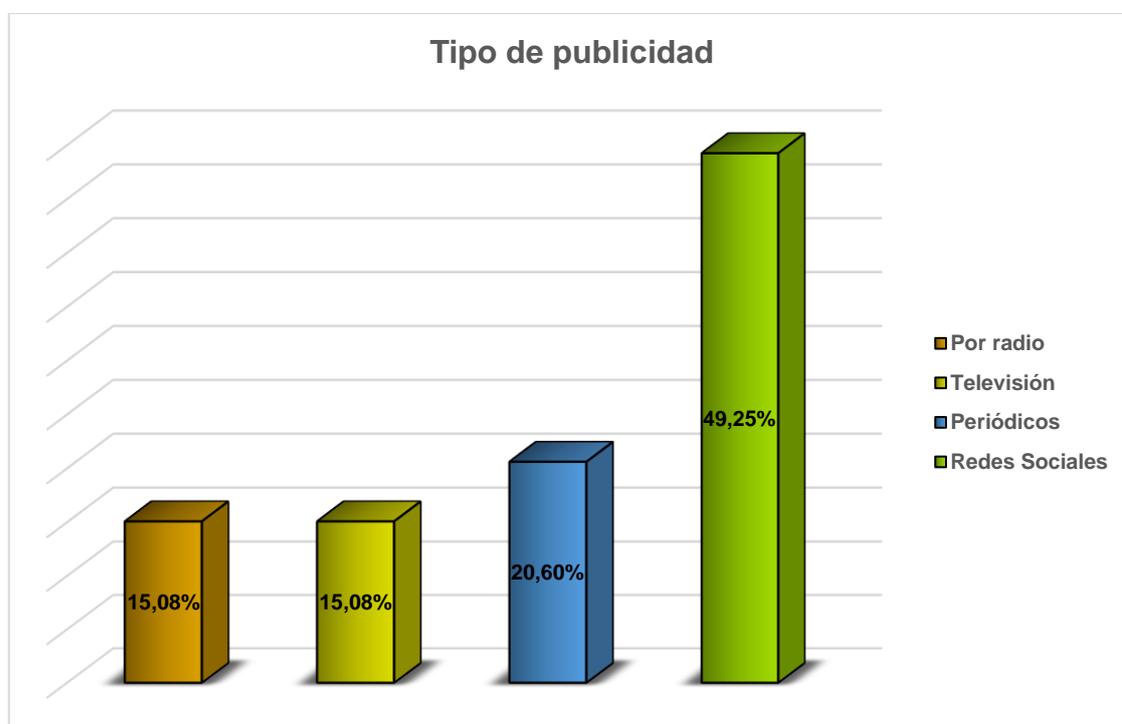


Fig. 10 ¿A través de qué medios le gustaría conocer la información del camposanto?
Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

Sobre los medios de información del camposanto privado, el 49,25% opina que es mejor las redes sociales, el 20,60% los periódicos, el 15,08% les gustaría por medio de la radio y el 15,08% restante prefiere la televisión como medios en donde se pueda publicitar a la empresa.

Tabla 12
¿Según su criterio de cuantas salas de velaciones deberíamos de disponer?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 sala	84	21,11%
2 salas	200	50,25%
3 salas	114	28,64%
Total	<u>398</u>	<u>100,00%</u>

Elaboración: Christian Borja, 2019

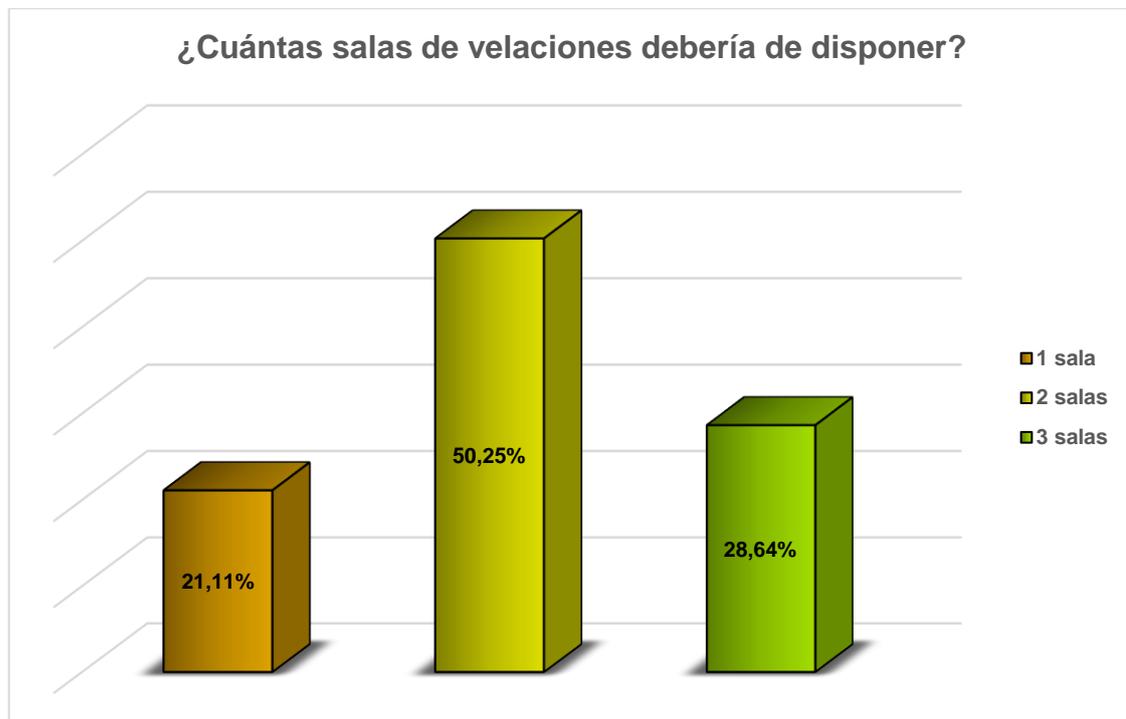


Fig. 11 ¿Según su criterio de cuantas salas de velaciones deberíamos de disponer?
Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

Sobre la disposición de las salas de velaciones que debe tener el camposanto privado, el 50,25% de las personas indican que deben ser dos, el 28,64% prefieren que sean 3 salas de velaciones y solo el 21,11% opina que debe ser solamente una.

Tabla 13
¿Según su criterio que capacidad debería tener la sala de velaciones en el camposanto?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
100 personas	94	23,62%
150 personas	202	50,75%
200 personas	102	25,63%
Total	<u>398</u>	<u>100,00%</u>

Elaboración: Christian Borja, 2019

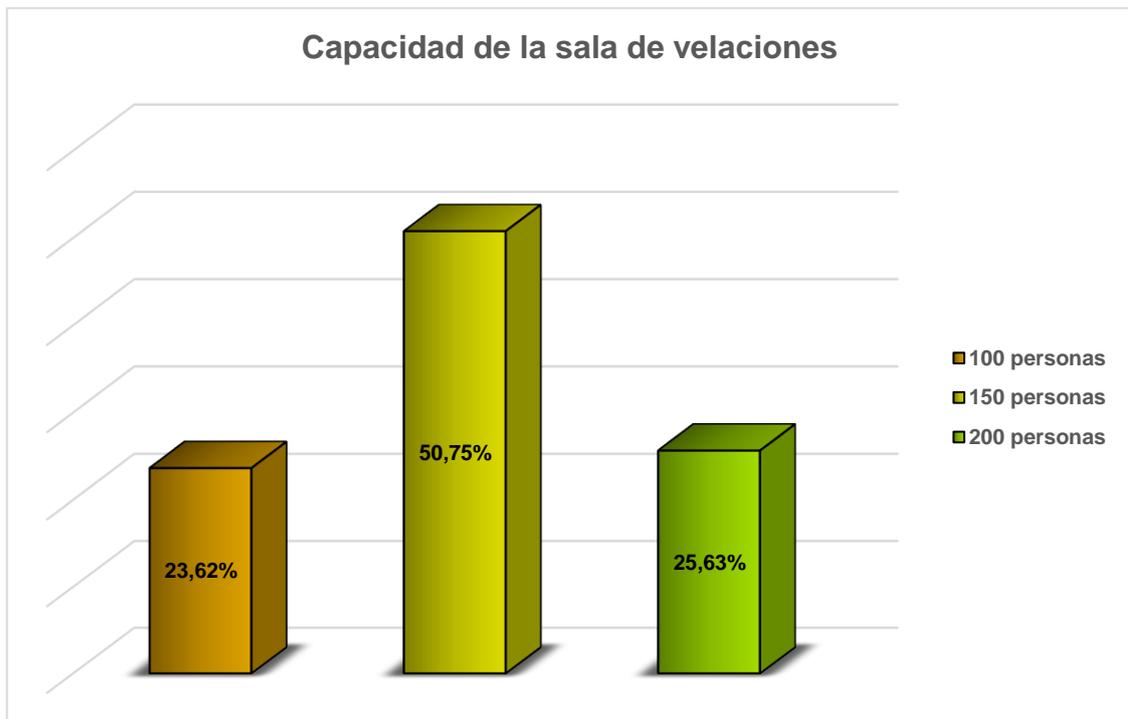


Fig. 12 ¿Según su criterio que capacidad debería tener la sala de velaciones en el camposanto?
Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

En cuanto a la capacidad que debe tener la sala de velaciones el 50,75% de los encuestados opina que debe albergar a 150 personas, el 25,63% manifiesta que 200 personas y el 23,62% que debería ser para 100 personas.

Tabla 14
¿En qué sector preferiría que este ubicado el camposanto privado?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Charasol	117	29,40%
Uchupucun	68	17,09%
Autopista Azogues-Cuenca (Sector El pampero)	44	11,06%
Parroquia Luis Cordero	169	42,46%
Total	398	100,00%

Elaboración: Christian Borja, 2019

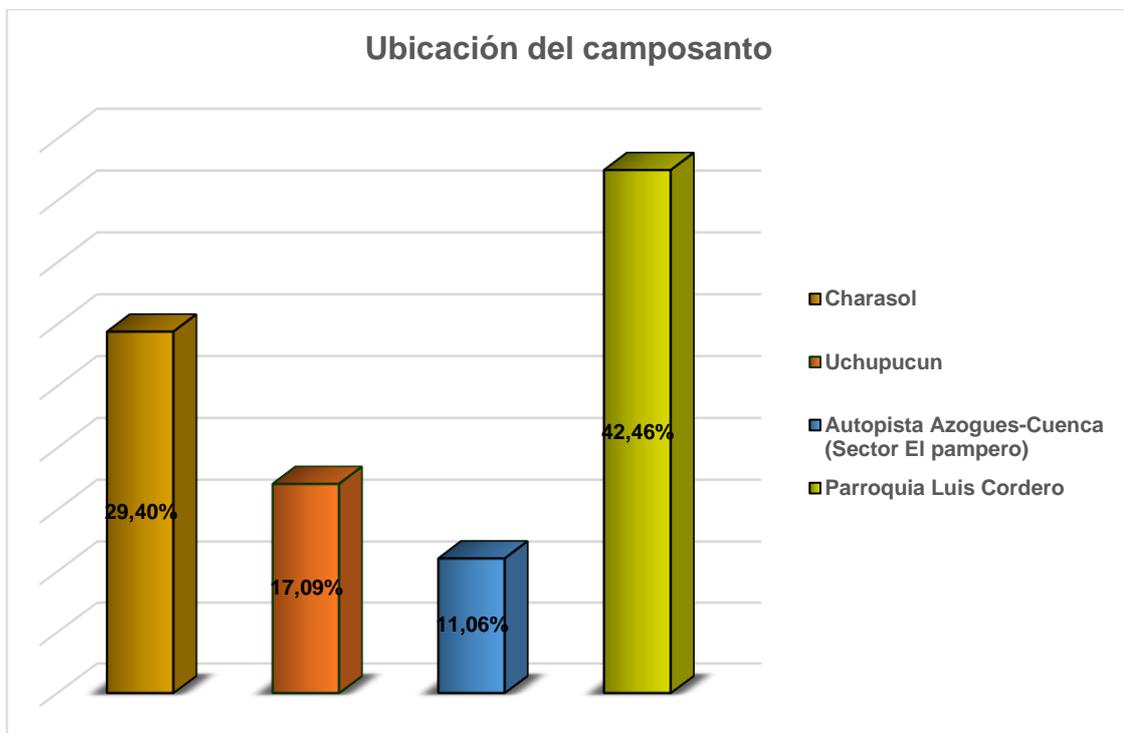


Fig. 13 ¿En qué sector preferiría que este ubicado el camposanto?
Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

En cuanto a la ubicación del nuevo cementerio privado, el 42,46% prefiere que sea por la parroquia Luis Cordero, el 29,40% prefiere Charasol, el 17,09% opina que sería mejor en Uchupucun y el 11.06% prefiere el sector del Pampero.

Tabla 15
¿Con relación a los servicios exequiales, que decisión tomaría Ud.?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Servicio funeral completo (Tradicional)	298	74,87%
Sepelio directo (No incluye velación)	32	8,04%
Por medio de Cremación directa	68	17,09%
Total	398	100,00%

Elaboración: Christian Borja, 2019

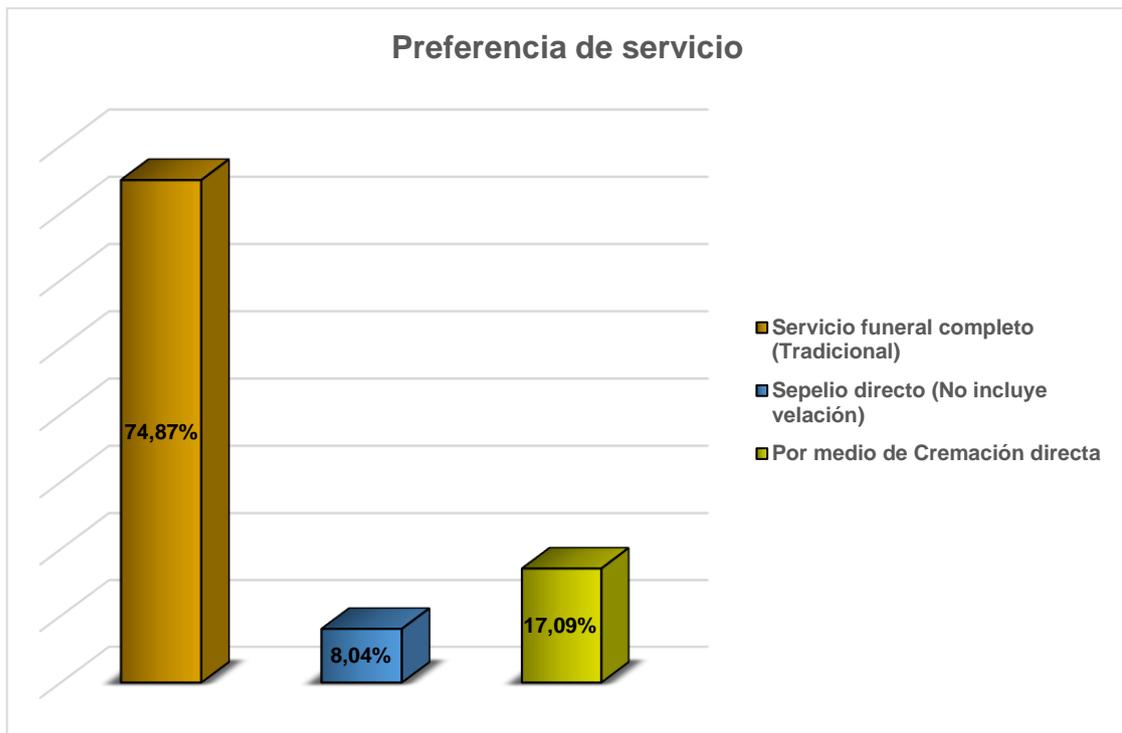


Fig. 14 ¿Con relación a los servicios exequiales, que decisión tomaría Ud. para el entierro de su ser querido?
Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

En la pregunta con relación al tipo de servicio exequial se obtuvo el siguiente resultado, el 74,87% opina que desea el servicio funerario completo, el 17,09% opina que sería mejor la cremación directa y el 8,04% prefiere un entierro directo para sus seres queridos.

Tabla 16
 ¿Estaría dispuesto a comprar un espacio con servicio exequial completo en el camposanto privado?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	263	66,08%
No	135	33,92%
Total	<u>398</u>	<u>100,00%</u>

Elaboración: Christian Borja, 2019

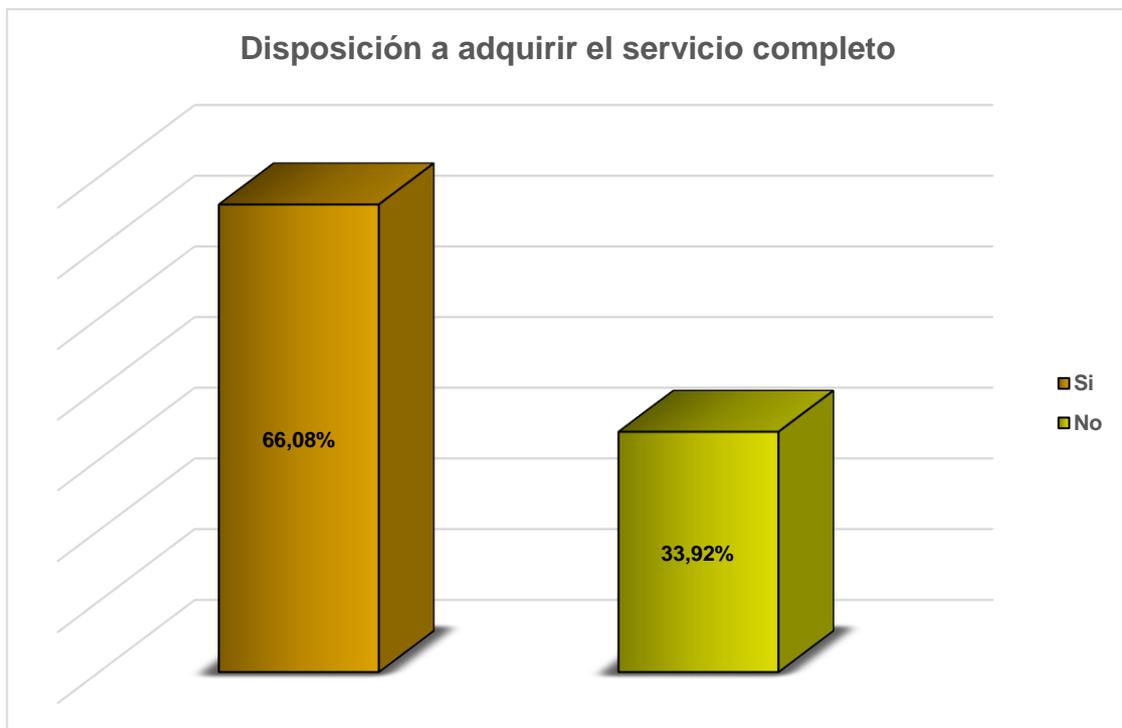


Fig. 15 ¿Estaría dispuesto a comprar un espacio para su ser querido en dicho camposanto?
 Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

Sobre la disposición de la compra de un espacio en el nuevo camposanto el 66,08% de las personas consultadas opinan que si lo harían a diferencia del 33,92% que opinan todo lo contrario.

Tabla 17
 ¿Cuántos espacios con servicio exequial completo estaría dispuesto a comprar en el camposanto privado?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Uno	100	25,13%
Dos	220	55,28%
Tres	63	15,83%
Cuatro	15	3,77%
Total	398,00	100,00%

Elaboración: Christian Borja, 2019

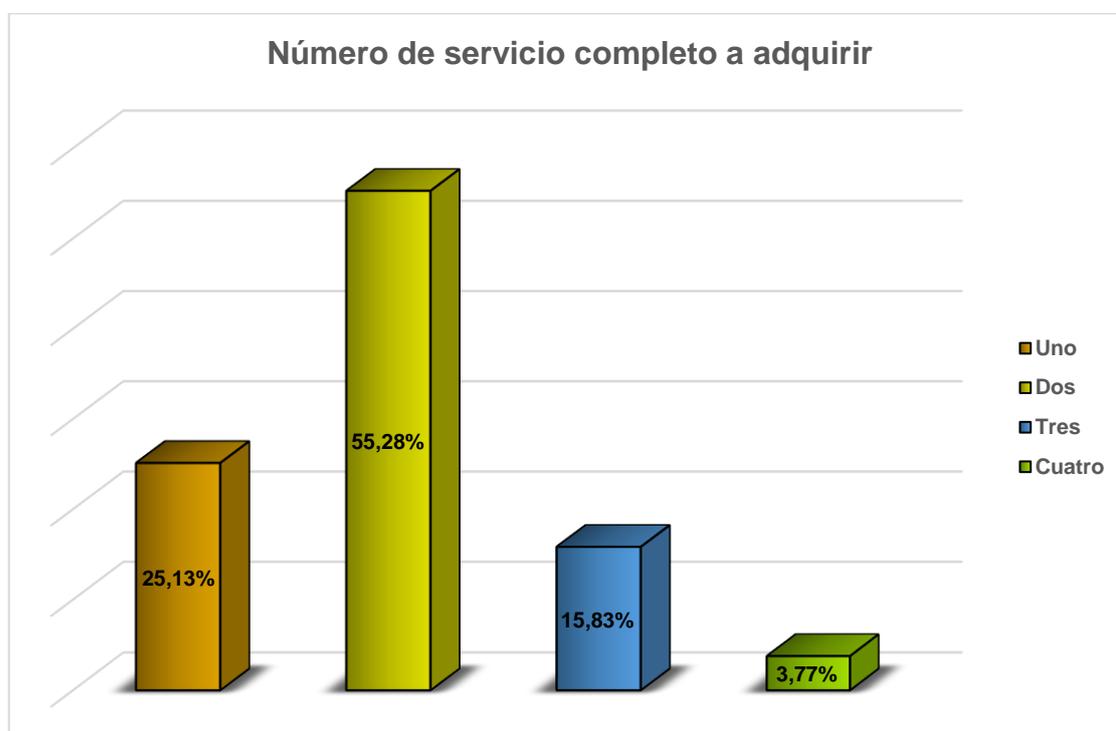


Fig. 16 ¿Cuántos espacios estaría dispuesto a comprar en el camposanto privado?
 Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

En lo que se refiere a los espacios a comprar en el camposanto el 55,28% de las personas encuestadas indicaron que estarían dispuestos a separar 2 espacios, el 25,13% un espacio, el 15,83% tres espacios, el 3,77% cuatro espacios en el camposanto privado.

Tabla 18
 ¿Qué tipo de espacio con servicio exequial completo estaría dispuesto a comprar Ud.?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Bóvedas	125	47,53%
Mausoleos para familias	47	17,87%
Tumbas en el suelo	91	34,60%
Total	263	100,00%

Elaboración: Christian Borja, 2019

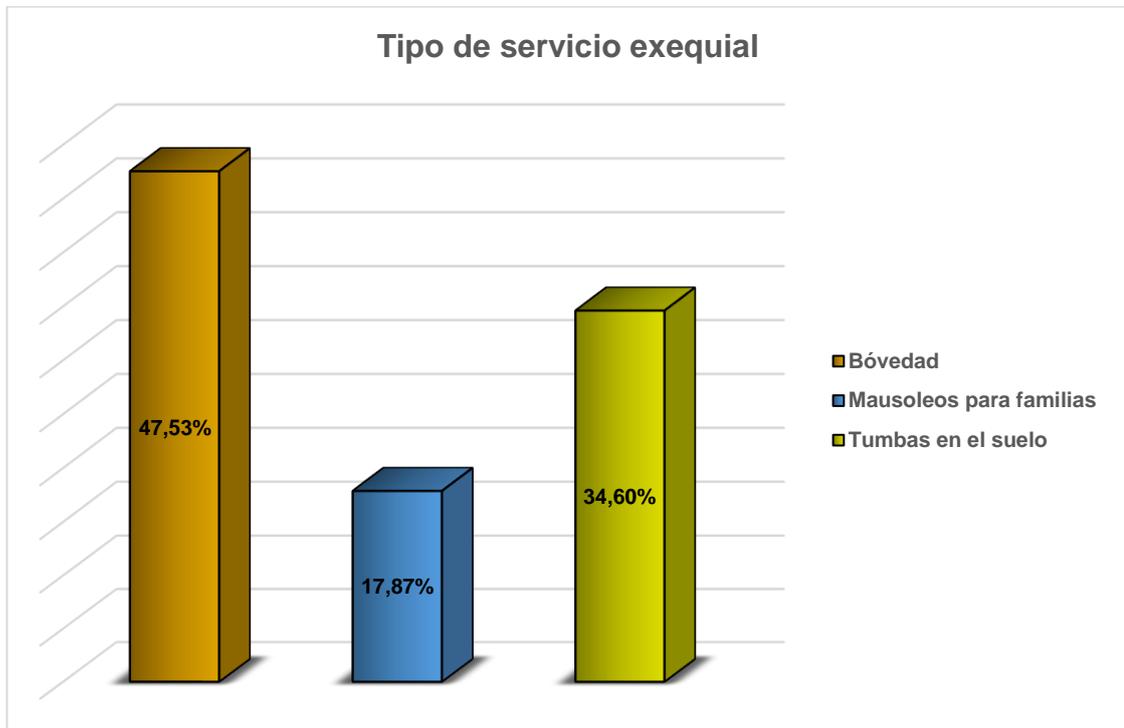


Fig. 17 ¿Qué tipo de espacio estaría dispuesto a comprar Ud.?
 Elaboración: Christian Borja, 2019

Interpretación:

En el caso del tipo de espacio a comprar por parte de las personas, el 47,53% prefieren bóvedas, el 34,60% una tumba al suelo y el 17,87% un mausoleo familiar.

4.2.4 Determinación y proyección de la demanda

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, el 66% de las personas consultadas están dispuestas a comprar un espacio con servicio exequial completo en el camposanto privado en la ciudad de Azogues, considerándose que los factores que llevarían a tomar esta selección serían, la calidad en el servicio, personal calificado, ayuda en trámites legales, buena atención al cliente e instalaciones modernas con decoración o arquitectura paisajística.

En este caso, el servicio funerario se da para cualquier persona sin importar edad o sexo, con una tasa de mortalidad según el registro del INEC, (2017) que determina un porcentaje gradual del 5,1 % por cada 1.000 habitantes a nivel nacional.

Para determinar la demanda del servicio, se trabajó con la pregunta 5 de la encuesta realizada en donde se obtuvo que el 66% de las personas están dispuestas a comprar un espacio con servicio exequial completo para un ser querido en el camposanto privado.

Tabla 19
Determinación y proyección de la demanda

Años	Población proyectada del cantón Azogues	66% de demanda
(-)	85.030	56.120
1	86.276	56.942
2	87.508	57.755
3	88.722	58.557
4	89.921	59.348
5	91.101	60.127

Elaboración: Christian Borja, 2019
Fuente: www.ecuadorencifras.gob.ec

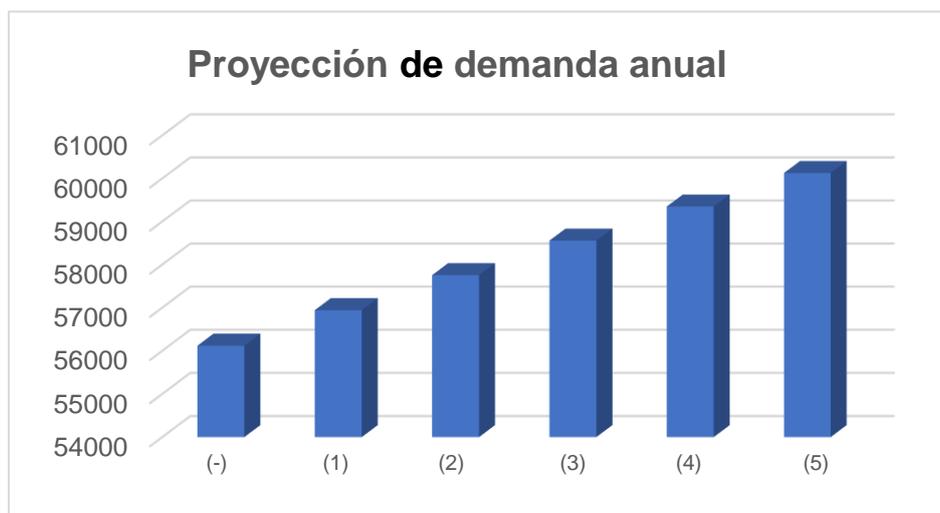


Fig. 18 Proyección de la demanda
Elaboración: Christian Borja, 2019

4.3 Análisis de la oferta

4.3.1 Oferta actual

Como se mencionó anteriormente, en el cantón Azogues existen 3 cementerios en los cuales la población entierra a sus difuntos: Cementerio Patrimonial de Zhirincay, Cementerio de la Catedral de Azogues y el Cementerio de San Francisco de Peleusí de Azogues, con un número reducido de espacios libres, con respecto a la expansión en los dos últimos casos, no cuenta con esta posibilidad y del otro oferente esta posibilidad es deducida. Esto lleva a considerar que ha futuro la gente buscará nuevas alternativas. Respecto a los servicios exequiales, estos son prestados por salas de velaciones privadas y ajenas a los cementerios, lo que, genera un nicho de oferta de un servicio integral, que brinde todas las facilidades y satisfaga las necesidades. Según investigaciones en la administración de cementerios de la Municipalidad de Azogues hasta el mes Octubre del 2019, existe una prevalencia mensual de 18 a 22 defunciones que son tramitadas para el Cementerio Municipal de Zhirincay.

Tabla 20
Espacios disponibles

Descripción	Espacios disponibles					
	Capacidad total	Espacios vendidos	Espacios Alquilados	Bóvedas disponibles	Nichos disponibles	Mausoleos disponibles
Cementerio Patrimonial de Zhirincay	4.098	2.270	288	1.310	150	80
Cementerio de la Catedral de Azogues	2.000	1.800	50	150	0	0
Cementerio de San Francisco de Peleusí de Azogues	1.100	700	30	270	100	0
Total	7.198	4.770	368	1.730	250	80

Elaboración: Christian Borja, 2019

Por lo que en cuanto la oferta se determina de forma inversa ya que se va reduciendo el número de espacios disponibles, ya sea por su venta o alquiler de bóvedas, nichos y mausoleos en los cementerios principales del cantón Azogues. También se tomó en cuenta que cada año se desocupan un número aproximado de cien bóvedas alquiladas en años anteriores. (Ver anexo B)

Tabla 21
Determinación y proyección de la oferta

Años	Población proyectada del cantón Azogues	Oferta
(-)	85.030	2.060
1	86.276	1.920
2	87.508	1.780
3	88.722	1.640
4	89.921	1.500
5	91.101	1.360

Elaboración: Christian Borja, 2019
Fuente: www.ecuadorencifras.gob.ec

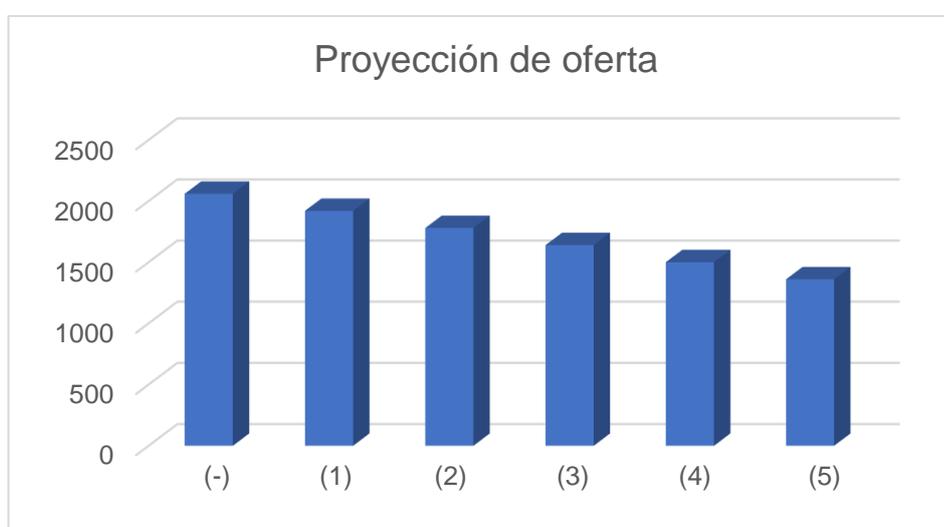


Fig. 19 Proyección de la oferta
Elaboración: Christian Borja, 2019

4.4 Determinación de la demanda potencial insatisfecha

La determinación de la demanda insatisfecha está dada por la diferencia de la demanda proyectada y la oferta proyectada, así tenemos:

Tabla 22
Determinación y proyección de la demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
(-)	56.120	2.060	54.060
1	56.942	1.920	55.022
2	57.755	1.780	55.975
3	58.557	1.640	56.917
4	59.348	1.500	57.848
5	60.127	1.360	58.767

Elaboración: Christian Borja, 2019
Fuente: www.ecuadorencifras.gob.ec

De la demanda insatisfecha determinada, el camposanto privado “Ciudad Santa” satisficiera el 10% con base a su capacidad e infraestructura instalada.

4.5 Estudio de comercialización del servicio

4.5.1 Servicio

Con el presente modelo de negocios se pretende ofrecer servicios fúnebres y productos exequiales para la ciudadanía del cantón Azogues ya que como es de conocimiento público no existe un camposanto privado en nuestra localidad.

También se pretende ofrecer el servicio de sala de velaciones en el camposanto para así evitar contratiempos a la hora de trasladar el cuerpo al lugar de velación y de esta manera tener un servicio adicional ya que al brindar un paquete completo el cliente se sentirá satisfecho y recomendará a nuestra empresa. También se proyecta incluir los siguientes servicios, trámites legales, servicio religioso, arreglos florales, acompañamiento musical, placa recordatoria condolencias, espacios diseñados para la inhumación de personas, etc. En lo referente a la comercialización del servicio que ofertara la empresa, esta se detalla en la promoción del producto o servicio.



Gráfico 1. Logo de la empresa de servicios exequiales
Elaboración: Christian Borja, 2019

4.5.2 Precio

En lo referente al precio se tiene un paquete promocional con tres opciones de entierro (bóveda, tumba al piso, mausoleo), a los cuales el cliente tiene la opción de acceder según las necesidades o la disponibilidad económica, cada uno de ellos tienen la parte de velación y entierro, diferenciándolos de los aspectos detallados en función a los servicios prestados por la empresa.

Tabla 23
Precio del servicio exequial

Tipo de Servicio	Bóveda	Tumba al piso	Mausoleo
Servicio exequial completo	2.240	3.500	6.500

Elaboración: Christian Borja, 2019

En el siguiente apartado se detallan los productos y servicios con precios referenciales que oferta la competencia dentro del cantón Azogues:

Tabla 24
Precios de servicios exequiales de bóvedas

Servicio exequial completo (bóveda)	
Arrendamiento y mantenimiento de la bóveda en el camposanto por 5 años	\$ 460
Cofre mortuario de metal sin herrajes	\$ 250
Servicios Religiosos	\$ 100
Acompañamiento musical (misa y velación)	\$ 100
Condolencias en Tv (3)	\$ 25
Servicio de Cafetería	\$ 300
Alquiler de la sala de velaciones por 24 horas	\$ 700
Libro recordatorio	\$ 10
Placa y tarjetas recordatorias (100 unidades)	\$ 50
Formolización	\$ 50
Capilla Ardiente	\$ 70
Flores Naturales (5 arreglos)	\$ 75
Trámites Legales	\$ 20
Proyección de la biografía de la persona (pantalla)	\$ 10
Traslado del cuerpo al lugar de entierro	\$ 20
Costo total	\$ 2.240

Elaboración: Christian Borja, 2019

Tabla 25
Precio servicios exequiales tumbas al piso

Servicio exequial completo (tumba al piso)	
Venta de un espacio en el camposanto (2m x 2m)	\$ 2.000
Cofre mortuario de metal sin herrajes	\$ 250
Servicios Religiosos	\$ 60
Acompañamiento musical (misa y velación)	\$ 100
Condolencias en Tv (3)	\$ 25
Servicio de Cafetería	\$ 250
Alquiler de la sala de velaciones por 24 horas	\$ 500
Libro recordatorio	\$ 10
Placa y tarjetas recordatorias (100 unidades)	\$ 50
Formolización	\$ 50
Capilla Ardiente	\$ 50
Flores Naturales (5 arreglos)	\$ 75
Trámites Legales	\$ 20
Proyección de la biografía de la persona (pantalla)	\$ 10
Traslado del cuerpo al lugar de entierro	\$ 20
Tramites en la venta de espacio disponible en el camposanto	\$ 30
Costo total	\$ 3.500

Elaboración: Christian Borja, 2019

Tabla 26
Precios servicios exequiales mausoleos

Servicio exequial completo (mausoleo)	
Venta de un lote en el camposanto máximo 3 cuerpos (3m x 4m)	4.800
Cofre mortuario de metal sin herrajes	250
Servicios Religiosos	90
Acompañamiento musical (misa y velación)	100
Condolencias en Tv (3)	25
Servicio de Cafetería	250
Alquiler de la sala de velaciones por 24 horas	700
Libro recordatorio	10
Placa y tarjetas recordatorias (100 unidades)	50
Formolización	50
Capilla Ardiente	50
Flores Naturales (5 arreglos)	75
Trámites Legales	20
Proyección de la biografía de la persona (pantalla)	10
Traslado del cuerpo al lugar de entierro	20
Costo total	6.500

Elaboración: Christian Borja, 2019

4.5.3 Plaza

El mercado objetivo del modelo de negocios es de hombres y mujeres del área urbana del Cantón Azogues que tiene un número de 85.030 habitantes según la proyección de INEC año 2019.

4.5.4 Promoción

De acuerdo con los datos de la encuesta realizada, la promoción de los servicios que prestará el camposanto, serán conocidos por la ciudadanía por medio de publicación del periódico y publicidad digital, en especial por medio de las redes sociales ya que es el medio más utilizado hoy en día para mantener la comunicación.

Afiche publicitario del paquete de servicios y productos que oferta la empresa:



CAMPOSANTO Y SERVICIOS EXEQUIALES:

Ofrece un servicio completo que incluye

- Venta de cofres mortuorios
- Ventas de espacios en el camposanto
- Alquiler de sala de velaciones
- Servicio de capilla ardiente

Su costo es de acuerdo al tipo de entierro requerido:

Bóveda: \$ 2240

Tumba al piso: \$ 3500

Mausoleo: \$ 6500

Servicios adiciones que incluyen en el paquete exequial:

Trámites legales, servicio religioso, arreglos florales, acompañamiento musical, placa recordatoria, condolencias, libro recordatorio, formolización, traslado del occiso, publicación en periódico, placa y tarjetas recordatorias, inhumación y mantenimiento.

Dirección: Vía a la Parroquia Luis Cordero
Teléfono: 0995287456 – 2245 - 261

Fig. 20 Afiche publicitario
Elaboración: Christian Borja, 2019

4.5.5 Misión

Somos una empresa Azogueña dedicada a prestar servicios exequiales y venta de bóvedas con calidad y responsabilidad social contamos con un capital humano que brinda apoyo inmediato y tranquilidad para la familia ante la pérdida de un ser querido.

4.5.6 Visión

Ser una empresa líder en el cantón Azogues en la venta de productos y servicios funerarios de acuerdo con la necesidad de nuestros clientes proporcionando una excelente calidad humana y un lugar digno, seguro y tranquilo donde descansen los restos y cenizas de nuestros clientes y sus seres queridos.

4.5.7 Idea de la necesidad u oportunidad del negocio

La idea nace de la necesidad de darles a nuestros seres queridos su último adiós en un lugar tranquilo y seguro, es con ello que surge la idea de un camposanto privado en el cantón Azogues ya que su carencia hace que sea una oportunidad de negocio en nuestra localidad.

4.5.8 Objetivos del negocio

- Conseguir cumplimiento de las metas de ventas mediante la gestión del mercado objetivo y potencial para la concreción del crecimiento y rentabilidad del negocio en el mediano plazo.
- Posicionar la marca del negocio como un vehículo de reconcomiendo de la calidad y la diferenciación del producto

- Desarrollar las potencialidades de la vocación económica, productiva y cultural de la zona 6, en relación al eje 2, objetivo 5 del plan nacional del buen vivir toda una vida.

4.5.9 Estrategias del negocio

Las estrategias que se utilizarán para alcanzar los objetivos propuestos son:

- Diseñar un modelo de negocios con fundamentación teórica y evidencia empírica.
- Gestionar el plan de comunicación que contenga: publicidad, promoción, ventas.
- Enlazar el emprendimiento a las políticas metas y estrategias de la planificación nacional, regional y local.

CAPÍTULO 3.2: ESTUDIO TÉCNICO

5.1 Localización óptima de la planta

5.1.1 Macro localización del proyecto

Está se encuentra en la ciudad de Azogues, provincia del Cañar, ya que se pretende explotar el mercado de servicios de funerales y exequiales en este sector, ya que no existe un lugar que brinde servicios completos como son velación, trámites legales, servicio religioso, sepelio y demás servicios, después del fallecimiento de una persona.

En esta ciudad esta actividad está dividida, ya que las salas de velaciones se encargan de la parte de los servicios exequiales y los cementerios de la ciudad del sepelio, por lo que se proyecta brindar todo en un solo lugar, evitando largos trayectos de traslado del cuerpo del difunto y sus deudos.

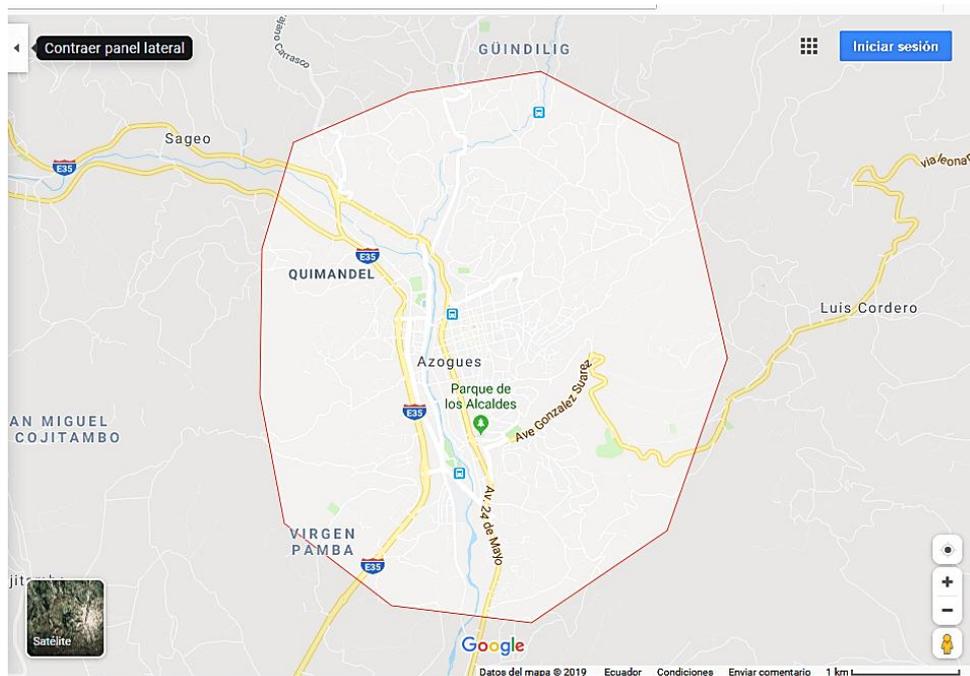


Gráfico 2. Ciudad de Azogues
Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/place/Azogues>

5.1.2 Micro localización

El servicio de camposanto se pretende que este ubicado en la vía a la Parroquia Luis Cordero, lugar escogido a partir de un análisis geográfico que permitió buscar un espacio óptimo que cuente con las características básicas para su implantación, están son:

- Cercanía con el centro de la ciudad
- Terreno amplio para la construcción de las bóvedas
- Vías de acceso vehicular y peatonal
- Análisis demográfico de la ciudad

A partir de ello se realizó la búsqueda del terreno para la posible implementación del camposanto.

5.2 Determinación de la capacidad instalada óptima de la planta

5.2.1 Capacidad instalada de la planta

De acuerdo con un análisis de la competencia directa que es el Cementerio Municipal de Zhirincay, los datos recogidos en el Municipio de la ciudad de Azogues indican que existe un promedio mensual de 18 a 22 de sepelios en ese lugar, además actualmente tienen cuentan con una capacidad de 4098 bóvedas y disponibles, pero no cuenta con servicios adicionales como los exequiales que están a cargo de las diferentes funerarias y salas de velaciones que existen en la ciudad.

Ante ello se determinó que se proyecta el 66% de personas utilizarán nuestros servicios, con un incremento paulatino por el tipo de servicios ofrecido y la reducción de espacios en el Cementerio de Zhirincay, existe también preferencia por la utilización de los cementerios de San Francisco de Peleusí de Azogues y el cementerio de la Catedral de Azogues, pero su uso es menor.

La capacidad instalada de la planta, tiene un total de 5500 espacios que serán construidos a lo largo del proyecto, para los servicios exequiales, con lo cual el proyecto pretende cubrir el 10% de la demanda insatisfecha, dando como resultado 5406 habitantes.

Tabla 27
Capacidad total

Descripción	Cantidad
Bóvedas	3.500
Tumbas al piso	1.500
Mausoleos	500
Total	5.500

Elaboración: Christian Borja, 2019

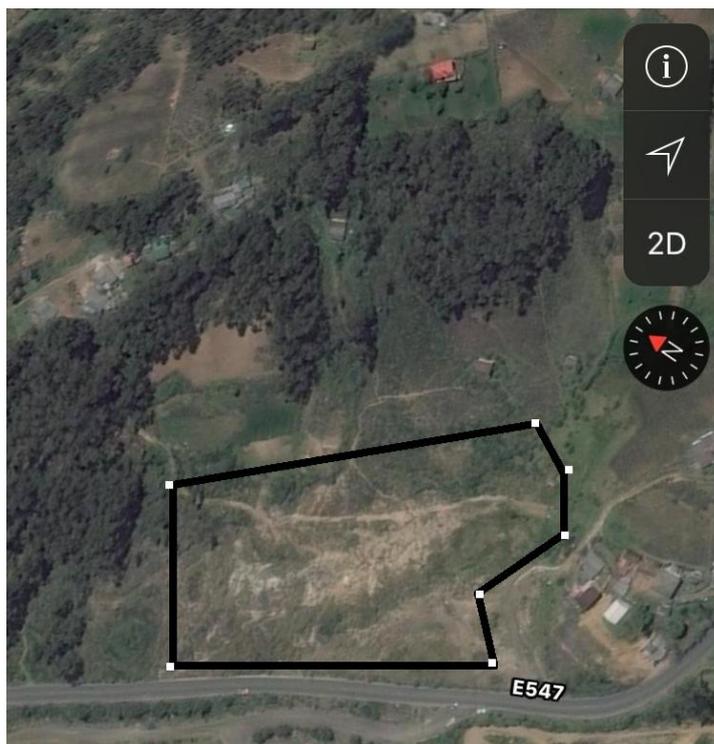


Gráfico 3. Ubicación del terreno del camposanto
Fuente: <https://www.googleearth.com>

5.2.2 Tamaño del proyecto

La actividad a realizar se encuentra estimada con una duración mínima de 5 años a partir de su implementación total, pues como se señaló anteriormente, el servicio fúnebre completo no se realiza en ningún otro lugar de la ciudad de Azogues, además, el crecimiento demográfico y poblacional hace que la ciudadanía busque nuevas opciones para enterrar a sus muertos. De la misma forma, la capacidad y expansión de los cementerios que se encuentran en la ciudad de Azogues paulatinamente va decreciendo lo que genera una oportunidad para que este negocio sea una nueva opción para las actividades a desarrollar.

5.3 Descripción del proceso de prestación del servicio

Para la prestación del servicio funerario por parte del camposanto, se establece que el trabajo a realizar va desde el requerimiento del cliente sobre alguno de los paquetes que cuenta, la velación de cuerpo presente, servicios exequiales, y traslado del cuerpo a una de las bóvedas con las que cuenta el camposanto.

Para ello se realizará un diagrama de flujo para establecer las actividades a realizar.

5.3.1 Diagrama de flujo

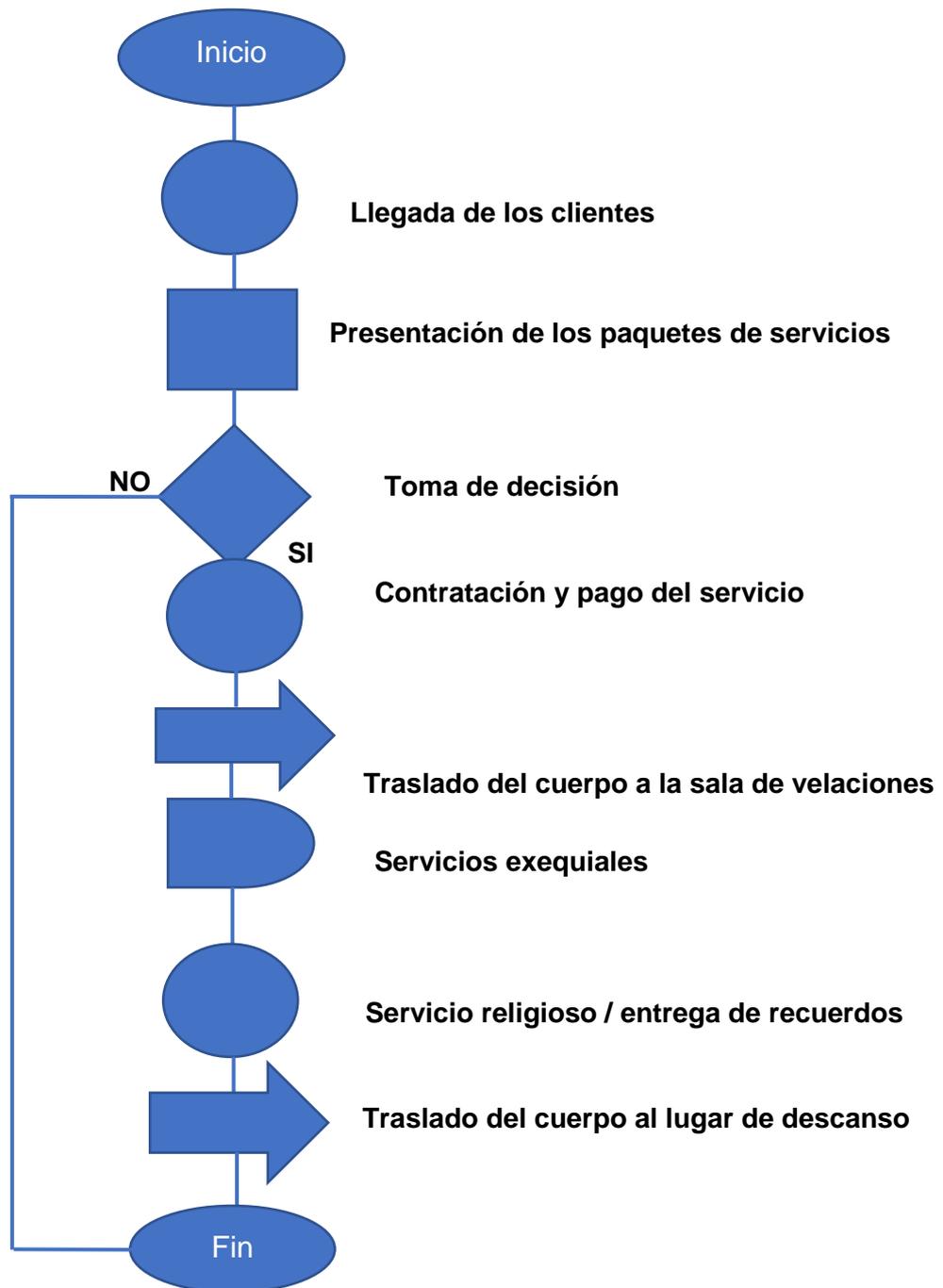


Fig. 21 Organigrama de servicios
Elaboración: Christian Borja, 2019

5.3.2 Requerimiento de la mano de obra necesaria

La mano de obra para la prestación de servicios está dividida en personal que trabajará en dos áreas distintas: administrativa y técnica.

Área administrativa:

- Gerente

Poner las funciones de cada trabajador

- Secretaria
- Contador

Área Técnica:

- Transporte, atención al cliente y en la sala de velaciones
- Sepultureros
- Guardia

Tabla 28
Funciones del personal

PERSONAL	FUNCIONES
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> • Administración el camposanto • Organización de funciones • Pago de sueldos y salarios
Secretaria	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo administrativo • Organización de trabajo de la oficina • Auxiliar contable
Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente (ventas) • Registro de ventas y mercadería
Contador	<ul style="list-style-type: none"> • Pago de impuestos • Llevar la contabilidad
Choferes	<ul style="list-style-type: none"> • Traslado de los cuerpos hacia la sala de velaciones • Limpieza de la unidad • Atención en el área de cafetería
Sepultureros	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento de tumbas y mausoleos • Apoyo para entierros • Limpieza del camposanto
Guardias	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilancia del camposanto • Guardianía del área exterior e interior del camposanto

Elaboración: Christian Borja, 2019

5.3.3 Requerimiento de insumos y servicios

En cuanto a los insumos y los servicios, están determinados según el área de trabajo en el cual se realicen las actividades, así tenemos:

Área administrativa:

- Computadoras, archivadores, muebles de oficina, impresoras, material de oficina, teléfono.
- Cofres mortuorios
- Vehículos

Área Técnica:

- Sillas, cafeteras, material de aseo, insumos de catering, pantallas led, capilla ardiente, equipos de sonido, formol, cámaras de vigilancia.
- Cemento, bloques, placa recordatoria, material para mantenimiento.

Área Recreativa:

- Sillas de descanso
- Juegos infantiles

5.3.4 Determinación de las áreas de trabajo necesarias

Las áreas de trabajo están divididas en área interna y área externa:

- Estacionamiento
- Sala de velaciones o capilla
- Oficinas administrativas
- Bóvedas y nichos
- Zona recreativa
- Bodega
- Exhibición y ventas
- Mausoleos familiares
- Baños

5.3.5 Distribución de la planta

La planta está dividida en secciones específicas para la comodidad de los familiares y deudos de difunto, están debidamente ubicadas para facilitar su movilización, la cercanía de las áreas permite el traslado corto desde las salas de velaciones a las bóvedas, es necesario dar a conocer que se dispondrá de un espacio amplio de terreno en el camposanto privado para una posible futura expansión. Así tenemos:



Gráfico 4. Distribución del área del camposanto
 Elaboración: Christian Borja, 2019

5.3.6 Organigrama de la empresa

Esta superdotado de manera jerárquica y dividida por las áreas de trabajo, en el área técnica se podrá mezclar las actividades dependiendo del servicio o la capacidad de las salas, de como se explica a continuación:

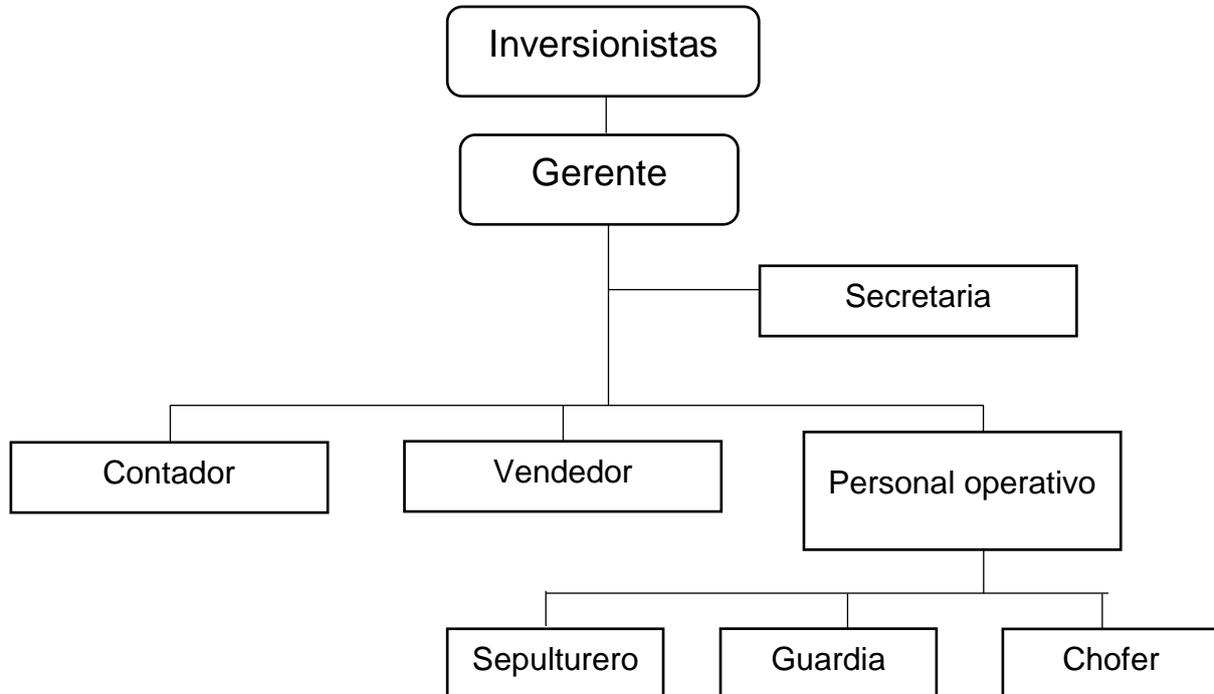


Fig. 22 Organigrama del personal
Elaboración: Christian Borja, 2019

5.3.7 Aspectos legales de la empresa

En la parte de los aspectos legales, no es más que el contrato como compañía, es decir, la unión de capitales entre dos o más personas con el fin de empezar operaciones mercantiles y favorecerse de sus ganancias. Este contrato se basa legalmente en la ley de compañías, el código del comercio, los convenios de las partes y el código civil. (Codificación 0, 2014).

La persona jurídica, no es más que un ente ficticio capaz de ejercer derechos, contraer obligaciones civiles y de ser representadas judicial y extrajudicialmente. Para este proyecto de inversión y gerenciamiento de camposanto “Ciudad Santa” ubicada en Azogues, será bajo la creación de una compañía de responsabilidad limitada.

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

denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura (CIA.Itda.) (Codificación 0, 2014).

Para su creación se sigue el siguiente proceso (Castro V, & Guzman P, 2012).

- Reservar el nombre de la compañía en la Superintendencia de compañías
- Se realiza la suscripción ya sea con dinero en efectivo abriendo una "Cuenta de integración de capital" o mediante especies que es un Certificado en el Registro Mercantil.
- Otorgar en la notaria la escritura de la constitución de la compañía
- Presentar a la Superintendencia de compañías tres ejemplares de la escritura con una solicitud de aprobación firmada por el abogado o una persona autorizada.
- Se emite la resolución de aprobación y extracto correspondiente una vez que se cumpla las disposiciones de la ley.
- Por una sola vez se publica el extracto respectivo en un diario de mayor circulación dentro del domicilio de la compañía
- Se margina la resolución aprobatoria en la Notaría.
- Se inscribe la escritura de constitución en el Registro Mercantil.
- Se emiten los nombramientos de administradores y se los inscribe en el Registro Mercantil.
- Remitir a la Superintendencia de Compañías la siguiente documentación:
 - Publicación por la prensa.
 - Un ejemplar de la Escritura y la Resolución ya marginada e inscrita.
 - Copia del formulario 01-A RUC y 01-B RUC que el SRI emite para el efecto.
 - Nombramientos de Administradores.
 - Copia de la afiliación a la Cámara respectiva
- La Superintendencia de compañías emite una hoja de Datos Generales, para que el interesado pueda obtener el RUC en el S.R.I.
- La Superintendencia de compañías autoriza la devolución del capital de la compañía depositado en el Banco.

En el caso de que existan socios, estos tienen derecho a elegir y ser elegidos, participar con voz y voto en las deliberaciones, a percibir las utilidades y a participar en la administración de la compañía.

Para que la empresa pueda dar sus servicios, debe contar con los permisos necesarios tanto en la parte legal, tributaria y de salubridad, estipulados por los organismos de control.

En el caso de los camposantos esta se remite al Reglamento establecimientos servicios funerarios y manejo cadáveres y el Reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario.

Reglamento: establecimientos servicios funerarios y manejo cadáveres

Art. 1.- El presente Reglamento tiene por objeto regular las actividades relacionadas con la gestión de cadáveres, mortinatos, piezas anatómicas u osamentas humanas, así como el funcionamiento de los establecimientos que prestan servicios funerarios (MSP, 2018).

Art. 36.- Los establecimientos que prestan servicios funerarios son los siguientes:

1. Crematorios
2. Columbarios
3. Tanatorios
4. Cementerios
5. Salas de velación.

Art. 37.- Los establecimientos que realizan actividades de inhumaciones, cremaciones, prácticas de tanatopraxia, exhumaciones, velaciones y otras relacionadas, estarán sujetos a vigilancia y control sanitario por parte de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA; y, deberán cumplir con las condiciones higiénicas y sanitarias, y demás especificaciones que dicha Agencia determine para el efecto (MSP, 2018).

Art. 38.- Los cementerios son los únicos sitios autorizados para la inhumación de cadáveres, mortinatos, piezas anatómicas u osamentas humanas, los cuales deben cumplir con las disposiciones contempladas en la Ley Orgánica de Salud, este Reglamento, las normas técnicas que la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria -ARCSA emita y la normativa ambiental correspondiente. Todo cementerio deberá contar con un osario (MSP, 2018).

Reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario.

Art. 3.- El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente (ARCSA, 2012).

Art. 7.- El Certificado de Permiso de Funcionamiento contendrá la información que se detalla a continuación:

- Categoría del establecimiento.
- Código del establecimiento.
- Número del Permiso de Funcionamiento.
- Nombre o razón social del establecimiento.
- Nombre del propietario o representante legal.
- Nombre del responsable técnico, cuando corresponda.
- Actividad del establecimiento.
- Tipo del riesgo.
- Dirección exacta del establecimiento.
- Fecha de expedición.
- Fecha de vencimiento.
- Firma de la autoridad competente.

La categoría o calificación de empresas, medianas y pequeñas empresas, micro empresas (MIPYMES), se realizará de conformidad con lo señalado en el artículo 53 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (ARCSA, 2012).

Art. 10.- Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá ingresar su solicitud a través del formulario único en el sistema automatizado de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA o de las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, según corresponda (ARCSA, 2012).

En cuanto a las exigencias del municipio de Azogues mediante consulta se pudo conocer que se tienen los siguientes requisitos básicos para la posible formación de un negocio en la ciudad de Azogues.

- Calificación de uso de suelo
- Nombre completo del solicitante
- Número de cedula del solicitante
- Clave catastral en donde van a poner el negocio
- Nombre del propietario del predio
- Dirección del predio
- Fines del negocio
- El debido registro de la patente municipal
- Permiso de los Bomberos
- Gestión ambiental de existir un impacto a la naturaleza

Mediante una entrevista en la Catedral de Azogues se pudo conocer que es necesario realizar una solicitud al señor Obispo Oswaldo Patricio Vintimilla Cabrera para que se puedan celebrar actos religiosos en las instalaciones de la empresa y mediante una inspección se le otorga dicho permiso a la organización. (Ver anexo F) En lo que se refiere a los requerimientos que solicita la agencia de nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria (ARCSA) para el funcionamiento de los cementerios estable lo siguiente:

Son los lugares destinados para sepultar: cadáveres, mortinatos, piezas anatómicas, osamentas humanas; o, para depositar las cenizas procedentes de la cremación. Los cementerios son los únicos sitios autorizados para la inhumación de cadáveres, mortinatos, piezas anatómicas u osamentas humanas. Todo cementerio deberá contar con un osario.

Los cementerios pondrán a disposición del Servicio Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, o quien ejerza sus competencias, el 3% de su área total de inhumación, tumbas o nichos individuales debidamente identificados y codificados, para la disposición de cadáveres, mortinatos, piezas anatómicas u osamentas de personas no identificadas e identificadas no retiradas. Los cementerios no podrán destinar este porcentaje para otros fines.

Estos establecimientos requieren de la obtención del permiso de funcionamiento y deberán cumplir con las condiciones establecidas en la normativa aplicable vigente. (ARCSA, 2012).

Requisitos para obtención del permiso de funcionamiento

1. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Tipos de establecimientos

Categoría:16.2.1 Rurales Costo: \$141.84

Categoría:16.2.2 Urbanas Costo: \$283.68

En nuestro caso la idea de negocio entraría en la categoría 16.2.2 Urbana y se tendría que cancelar ya el costo especificado para la obtención del permiso de funcionamiento del cementerio ubicado en el camposanto, en cuanto a las salas de velaciones (ARCSA) no solicita ningún permiso para su funcionamiento, pero estas están sujetas a control y vigilancia sanitaria cuando esta lo crea conveniente y necesaria. (ARCSA, 2012).

CAPÍTULO 3.3: ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

El estudio económico permite determinar una proyección de costos del monto necesario para implementar el camposanto “Ciudad Santa” en la ciudad de Azogues, en lo referente a su construcción, estructura, servicios y prestaciones. Además, proyectando los costos e ingresos que generarán los servicios a realizarse. Para lo cual se empieza determinando el Balance Inicial del negocio.

6.1 Presupuesto de inversión

Está compuesto por los valores y/o propiedad que los dueños de la empresa ponen a disposición para el inicio de las actividades, en este caso, se tiene que denotar que existe 3 socios para la implementación del camposanto, los mismos que para cubrir los costos más emergentes dividieron su aportación de la siguiente manera: el primero hizo la donación del terreno valorado en \$580.000, el segundo realizó una aportación económica con un monto de \$480.000 y el tercero, solicitó un crédito de \$400.000 para solventar el capital necesario.

Tabla 29
Presupuesto de inversión

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	INVERSION TOTAL
INVERSION FIJA				684.677
Escritorio Lineal, Beto Con Librero	unidad	2	65	130
Sillas Giratorias Ergonómica	unidad	2	25	50
Archivador de Oficina	unidad	1	115	115
Sillas Plegables Oficina	unidad	256	14	3.584
Cafetera Industrial Avantco	unidad	4	245	980
Tv Prima 43 Pulgadas	unidad	3	319	957
Mesas para café	unidad	2	350	700
Capilla	unidad	2	6.000	12.000
Altar	unidad	2	150	300
Terreno	unidad	1	580.000	580.000
Mini van Kia	unidad	2	30.000	60.000
Camioneta Chevrolet	unidad	1	25.000	25.000
Computador Core I7 8th Gen	unidad	1	630	630
Epson L3150 Wifi	unidad	1	194	194
Teléfono Inalámbrico Panasonic	unidad	1	37	37
INVERSION DIFERIDA				128.204
Diseño y adecuación del espacio	unidad	1	113.904	113.904
Permiso de funcionamiento (Bomberos)	unidad	1	300	300
Gastos de constitución	unidad	1	2.000	2.000
Uso de suelo	unidad	1	2.000	2.000

Gestión ambiental	unidad	1	5.000	5.000
Patentes	unidad	1	5.000	5.000
CAPITAL DE TRABAJO				880.000
Dinero en efectivo	moneda	1	25.680	25.680
Depósitos en bancos	moneda	1	454.320	454.320
Financiamiento +	moneda	1	400.000	400.000
TOTAL				1`692.881

Elaboración: Christian Borja, 2019

6.2 Balance Inicial

Está compuesto por los activos, pasivos y capitales con los cuales la empresa inicia sus actividades, así tenemos:

Tabla 30
Estado de situación inicial

Activo		
Activo corriente		880.000,00
Caja	25.680	
Bancos	454.320	
Financiamiento +	400.000	
Activo fijo		684.688
Muebles de oficina	683.816	
Equipo de computación	824	
Vehículos	85.000	
Terreno	580.000	
Equipo de oficina	37	
Activo diferido		168.796,25
Diseño y adecuación del espacio	113.904,00	
Costos	54.892,25	
Total activos		696.138,00
Pasivo		
Pasivo corriente		
Cuentas por pagar	400.000	
Total pasivos		400.000,00
Patrimonio		
Capital social	691.138,00	
Total patrimonio		691.138,00
Total Pasivo + Patrimonio		696.138,00

Elaboración: Christian Borja, 2019

6.3 Proyección de ventas

Está determinado por un paquete de servicio exequial completo que promociona la empresa, con 3 tipos de opciones como son: bóvedas, tumbas al piso y los mausoleos.

De acuerdo con el registro de defunciones del Registro Civil y el Municipio de Azogues, existe un promedio de 37 personas fallecidas al mes en el cantón Azogues, de las cuales se pretende dar el servicio al 30% del total.

La proyección de aumento de las ventas por año está dada por la tasa de mortalidad general del 5,1% a nivel nacional.

Tabla 31
Proyección de ingresos

Bóvedas					
Ingresos	1	2	3	4	5
Cantidad	8	8	8	9	9
Precio de venta	2.240,00	2.240,00	2.240,00	2.240,00	2.240,00
Total mensual	17.920,00	18.833,92	19.794,45	20.803,97	21.864,97
Total anual	215.040,00	226.007,04	237.533,40	249.647,60	262.379,63

Tumbas al piso					
Ingresos	1	2	3	4	5
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio de venta	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00
Total mensual	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00
Total anual	168.000,00	168.000,00	168.000,00	168.000,00	168.000,00

Mausoleos					
Ingresos	1	2	3	4	5
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio de venta	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00
Total anual	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00

Total paquetes	396.040,00	407.007,04	418.533,40	430.647,60	443.379,63
-----------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Elaboración: Christian Borja, 2019

6.4 Proyección de costos

Incluye los gastos que se tendrán en el servicio prestado en el camposanto que va desde la sala de velaciones hasta el entierro, esto está incluido en los paquetes que se ofrecen. Están divididos en costos fijos y variables, dependiendo de lo que requieran los dolientes.

Tabla 32
Costos fijos

Concepto	Cantidad	Precio	Total
Arreglo de flores	15	10	150
Caja de café en sachet (1000 unidades)	1	75	75
Caja de azúcar en sachet (1000 unidades)	1	35	35
Caja de té (varios sabores)	20	4	80
Vasos descartables (50 unidades)	20	2,85	57
Cucharas descartables (200 unidades)	3	11,75	35,25
Placa y tarjetas	5	80	400
Libro recordatorio	12	5	60
Cofre mortuorio madera	60	500	30.000
Cofre mortuorio metal	80	300	24.000
Total			54.892,25

Elaboración: Christian Borja, 2019

Tabla 33
Costos variables

Concepto	Cantidad	Precio	Semanal	Mensual	Anual
Acompañamiento musical	2	100	200	800	9.600
Asesoría legal	2	10	20	80	960
Formolización	2	50	100	400	4.800
Servicio religioso	2	100	200	800	9.600
Total			200	800	24.960

Elaboración: Christian Borja, 2019

6.5 Depreciaciones y diferidos

Refleja el gasto periódico de los equipos y maquinarias que poseen y los gastos no recuperables que genera la empresa, pero que son necesarios para su funcionamiento.

Tabla 34
Depreciaciones

	(-)	1	2	3	4	5
Muebles de oficina	18.816	16.934,4	15.052,8	13.171,2	11.289,6	9.408
Equipo de computación	824	799,28	774,56	749,84	725,12	700,4
Equipo de oficina	37	33,3	29,6	25,9	22,2	18,5
Vehículos	85.000	84.996,3	84.992,6	84.988,9	84.985,2	84.981,5

Elaboración: Christian Borja, 2019

6.7 Sueldos y salarios

Establece el valor a cancelar por los sueldos a los empleados y trabajadores que la empresa tiene a cargo.

CARGO	Sueldo mensual	IESS	Liquido mensual	Liquido anual	XIII	XVI	Vacaciones	Aporte patronal	Mensual	Anual
Gerente	450	42,53	407,48	4.889,70	407,48	339,56	203,74	50,18	500,18	5.840,48
Secretaria	394	37,23	356,77	4.281,20	356,77	297,31	178,38	43,93	437,93	5.113,66
Vendedor	394	37,23	356,77	4.281,20	356,77	297,31	178,38	43,93	437,93	5.113,66
Sepulturero 2	788	74,47	713,53	8.562,41	713,53	594,61	356,77	87,86	875,86	10.227,32
Guardia 3	1.182	111,70	1.070,30	12.843,61	1.070,30	891,92	535,15	131,79	1.313,79	15.340,98
Chofer 2	788	74,47	713,53	8.562,41	713,53	594,61	356,77	87,86	875,86	10.227,32
Total									4.441,55	51.863,42

Elaboración: Christian Borja, 2019

6.8 Gastos financieros

Son los valores de amortización que surgen del crédito solicitado al inicio de la implementación de la empresa para cubrir gastos como, por ejemplo, la construcción y adecuación del cementerio, entre otros. Para lo cual se pretende solicitar un crédito a 5 años en el Banco del Pichicha.

Tabla 37
Tabla de amortización

BANCO PICHICHA								
Capital:								\$ 400.000
Interés								14.99%
Plazo:								60 meses
Tipo de Amortización:								Alemán
S. Dsg. (Seguro de Desgravamen):								258.06
Tabla de Amortización								
Cuota	Fecha de pago	Capital	Interés	Seguro desg.	Seguro incendio/vehículo	Interés gracia	Valor cuota	Saldo
0	31-oct-19	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	400000.0
1	30-nov-19	6666.67	3622.58	258.06	0.0	0.0	10547.31	393333.33
2	30-dic-19	6666.67	3803.64	270.97	0.0	0.0	10741.28	386666.66
3	30-ene-20	6666.67	3618.56	257.77	0.0	0.0	10543.0	379999.99
4	29-feb-20	6666.67	3326.74	236.99	0.0	0.0	10230.4	373333.32
5	29-mar-20	6666.67	3734.73	266.05	0.0	0.0	10667.45	366666.65
6	29-abr-20	6666.67	3320.7	236.56	0.0	0.0	10223.93	359999.98
7	29-may-20	6666.67	3481.3	248.0	0.0	0.0	10395.97	353333.31
8	29-jun-20	6666.67	3199.95	227.95	0.0	0.0	10094.57	346666.64
9	29-jul-20	6666.67	3352.36	238.82	0.0	0.0	10257.85	339999.97
10	29-ago-20	6666.67	3181.83	226.67	0.0	0.0	10075.17	333333.3
11	29-sep-20	6666.67	3018.82	215.05	0.0	0.0	9900.54	326666.63
12	29-oct-20	6666.67	3158.96	225.03	0.0	0.0	10050.66	319999.96
13	29-nov-20	6666.67	2898.06	206.46	0.0	0.0	9771.19	313333.29
14	29-dic-20	6666.67	3030.02	215.85	0.0	0.0	9912.54	306666.62
15	29-ene-21	6666.67	2869.89	204.44	0.0	0.0	9741.0	299999.95
16	28-feb-21	6666.67	2535.81	180.64	0.0	0.0	9383.12	293333.28
17	28-mar-21	6666.67	3039.23	216.51	0.0	0.0	9922.41	286666.61
18	28-abr-21	6666.67	2596.18	184.95	0.0	0.0	9447.8	279999.94
19	28-may-21	6666.67	2707.68	192.89	0.0	0.0	9567.24	273333.27
20	28-jun-21	6666.67	2475.43	176.34	0.0	0.0	9318.44	266666.6
21	28-jul-21	6666.67	2578.74	183.7	0.0	0.0	9429.11	259999.93
22	28-ago-21	6666.67	2433.17	173.33	0.0	0.0	9273.17	253333.26
23	28-sep-21	6666.67	2294.3	163.44	0.0	0.0	9124.41	246666.59
24	28-oct-21	6666.67	2385.33	169.93	0.0	0.0	9221.93	239999.92
25	28-nov-21	6666.67	2173.55	154.84	0.0	0.0	8995.06	233333.25
26	28-dic-21	6666.67	2256.4	160.74	0.0	0.0	9083.81	226666.58
27	28-ene-22	6666.67	2121.22	151.11	0.0	0.0	8939.0	219999.91

28	28-feb-22	6666.67	1859.59	132.47	0.0	0.0	8658.73	213333.24
29	28-mar-22	6666.67	2210.35	157.46	0.0	0.0	9034.48	206666.57
30	28-abr-22	6666.67	1871.67	133.33	0.0	0.0	8671.67	199999.9
31	28-may-22	6666.67	1934.05	137.78	0.0	0.0	8738.5	193333.23
32	28-jun-22	6666.67	1750.91	124.73	0.0	0.0	8542.31	186666.56
33	28-jul-22	6666.67	1805.12	128.59	0.0	0.0	8600.38	179999.89
34	28-ago-22	6666.67	1684.5	120.0	0.0	0.0	8471.17	173333.22
35	28-sep-22	6666.67	1569.78	111.83	0.0	0.0	8348.28	166666.55
36	28-oct-22	6666.67	1611.71	114.82	0.0	0.0	8393.2	159999.88
37	28-nov-22	6666.67	1449.03	103.23	0.0	0.0	8218.93	153333.21
38	28-dic-22	6666.67	1482.77	105.63	0.0	0.0	8255.07	146666.54
39	28-ene-23	6666.67	1372.55	97.78	0.0	0.0	8137.0	139999.87
40	28-feb-23	6666.67	1183.38	84.3	0.0	0.0	7934.35	133333.2
41	28-mar-23	6666.67	1381.47	98.41	0.0	0.0	8146.55	126666.53
42	28-abr-23	6666.67	1147.15	81.72	0.0	0.0	7895.54	119999.86
43	28-may-23	6666.67	1160.43	82.67	0.0	0.0	7909.77	113333.19
44	28-jun-23	6666.67	1026.4	73.11	0.0	0.0	7766.18	106666.52
45	28-jul-23	6666.67	1031.49	73.49	0.0	0.0	7771.65	99999.85
46	28-ago-23	6666.67	935.83	66.67	0.0	0.0	7669.17	93333.18
47	28-sep-23	6666.67	845.27	60.21	0.0	0.0	7572.15	86666.51
48	28-oct-23	6666.67	838.09	59.7	0.0	0.0	7564.46	79999.84
49	28-nov-23	6666.67	724.51	51.62	0.0	0.0	7442.8	73333.17
50	28-dic-23	6666.67	709.15	50.52	0.0	0.0	7426.34	66666.5
51	28-ene-24	6666.67	623.89	44.44	0.0	0.0	7335.0	59999.83
52	28-feb-24	6666.67	525.27	37.42	0.0	0.0	7229.36	53333.16
53	28-mar-24	6666.67	533.53	38.01	0.0	0.0	7238.21	46666.49
54	28-abr-24	6666.67	422.63	30.11	0.0	0.0	7119.41	39999.82
55	28-may-24	6666.67	386.81	27.55	0.0	0.0	7081.03	33333.15
56	28-jun-24	6666.67	301.88	21.51	0.0	0.0	6990.06	26666.48
57	28-jul-24	6666.67	257.87	18.37	0.0	0.0	6942.91	19999.81
58	28-ago-24	6666.67	187.16	13.34	0.0	0.0	6867.17	13333.14
59	28-sep-24	6666.67	120.75	8.6	0.0	0.0	6796.02	6666.47
60	28-oct-24	6666.47	64.47	4.59	0.0	0.0	6735.53	0.0

Elaboración: Christian Borja, 2019

6.9 Proyección de costos y gastos

Determina los valores de los costos fijos y variables que se presentan al momento del ejercicio contable de la empresa. Con una proyección de aumento del 0,27% anual de acuerdo a la inflación del año 2018:

Tabla 38
Proyección de costos fijos y variables

Costos fijos	1	2	3	4	5	6
Costos directos	54.892,25	55.040,46	55.189,07	55.338,08	55.487,49	55.637,31
Costos indirectos	24.960,00	25.027,39	25.094,97	25.162,72	25.230,66	25.298,78
Total costos fijos	79.853,25	80.069,85	80.287,03	80.504,80	80.723,15	80.942,09
Costos variables						
Gastos administrativos	54.436,34	54.583,32	54.730,69	54.878,46	55.026,64	55.175,21
Gastos de ventas	3.840,00	3.850,37	3.860,76	3.871,19	3.881,64	3.892,12
Total costos variables	58.276,34	58.433,68	58.591,46	58.749,65	58.908,28	59.067,33
Total	138.129,59	138.503,54	138.878,49	139.254,45	139.631,43	140.009,42

Elaboración: Christian Borja, 2019

6.10 Evaluación financiera del proyecto

Es la evaluación proyectada de los montos de acuerdo con los ingresos y egresos que generará los servicios del camposanto, lo que permite determinar si el proyecto es factible o no.

6.10.1 Estado de situación financiera final

Es la constitución de los activos, pasivos y capital al primer año de inicio de las actividades comerciales del camposanto.

Tabla 39
Estado de situación final

Activo		
Activo corriente		643.200,00
Caja / bancos	64.3200	
Activo fijo		616.276,88
Muebles de oficina	61.5434	
Equipo de computación	799	
Vehículos	68.000	
Equipo de oficina	33,3	
Activo diferido		61.475,17
Costos	55.092,25	
Gastos de oficina	224	
Servicios básicos	2.319	
Gastos de ventas	3.840	
Total activos		684.064,45
Pasivo		
Pasivo corriente		
Sueldos y salarios	46.749,76	
Cuentas por pagar	3.045,00	
Total pasivos		49.794,76
Patrimonio		
Capital social	657.271,89	
Total patrimonio		657.271,89
Total Pasivo + Patrimonio		684.064,45

Elaboración: Christian Borja, 2019

6.10.2 Estado de resultados

Es la proyección a los cinco años del proyecto compuesto por los ingresos y gastos operacionales del camposanto.

Tabla 40
Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Descripción / Años	1	2	3	4	5
Ingresos Brutos (Ventas)	215.040,00	226.007,04	237.533,40	249.647,60	262.379,63
Costos Operacionales	79.853,25	80.069,85	80.287,03	80.504,80	80.723,15
Utilidad Bruta Ventas	135.186,75	145.937,19	157.246,36	169.142,80	181.656,48
Gastos operacionales					
Servicios básicos	2.318,52	2.364,89	2.416,92	2.470,09	2.524,43
Sueldos y salarios	54.436,34	54.583,32	54.730,69	54.878,46	55.026,64
Publicidad	3.840,00	3.850,37	3.860,76	3.871,19	3.881,64
Total Gastos Operacionales	60.594,86	60.798,57	61.008,37	61.219,74	61.432,71
Utilidad operativa	74.591,89	85.138,61	96.237,99	107.923,06	120.223,77
15% pago a empleados y trabajadores	11.188,78	12.770,79	14.435,70	16.188,46	18.033,57
Utilidad Antes de impuestos	63.403,11	72.367,82	81.802,29	91.734,60	102.190,20
25% Impuesto a la Renta	15.850,78	18.091,96	20.450,57	22.933,65	25.547,55
Utilidad Neta	47.552,33	54.275,87	61.351,72	68.800,95	76.642,65
Reserva Legal	4.755,23	5.427,59	6.135,17	6.880,10	7.664,27

Elaboración: Christian Borja, 2019

6.10.3 Flujo de caja

Hace referencia a las entradas y salidas netas de dinero que tendrá el proyecto en el período establecido.

Tabla 41
Flujo de caja proyectado

VALORES	(-)	1	2	3	4	5
INGRESOS		396.040,00	407.007,04	418.533,40	430.647,60	443.379,63
Ventas		396.040,00	407.007,04	418.533,40	430.647,60	443.379,63
EGRESOS	880.000,00	138.129,59	138.503,54	138.878,49	139.254,45	139.631,43
Costos fijos		58.276,34	58.433,68	58.591,46	58.749,65	58.908,28
Costos variables		79.853,25	80.069,85	80.287,03	80.504,80	80.723,15
Inversión inicial	880.000,00					
FLUJO NETO DE CAJA	- 880.000,00	257.910,41	268.503,50	279.654,91	291.393,15	303.748,20
VAN	1.380.592,36	239.093,74	266.850,71	279.518,66	291.381,97	303.747,28
VAN	1.018.107,10					
TIR	17%					

Elaboración: Christian Borja, 2019

En el flujo de caja se puede observar que el VAN tiene un valor de \$1'018.107,10 para que el servicio se considere admisible el VAN debe ser mayor o igual a cero. Lo que refleja que demuestra que es sustentable.

En lo referente al TIR se tiene un valor porcentual del 17%, se conoce que el TIR debe ser igual o mayor que la tasa de descuento para que el proyecto sea rentable, lo que en el caso del proyecto del camposanto se ve que puede ser viable su realización.

Para el presente proyecto se tomó como referencia a la Cooperativa JEP y a la Cooperativa Jardín Azuayo, para realizar la comparación de rentabilidad del proyecto. Como resultado se obtuvo que es más rentable invertir en la Cooperativa Jardín Azuayo.

Tabla 42:
Comparación de rentabilidad del proyecto

Comparación de Rentabilidad			
Inversión	Proyecto	Cooperativa JEP	Cooperativa Jardín Azuayo
880.000,00		Interés 8,55%	Interés 9,25%
Total 5 años	308.623,52	374.000,00	412.625,78

Elaboración: Christian Borja, 2019

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones:

Al finalizar con la investigación acerca del modelo de negocios para el Camposanto “Ciudad Santa, se llegó a las siguientes conclusiones:

- La situación ocupacional en los camposantos existentes en la ciudad de Azogues hace que paulatinamente esto ya estén al límite de su capacidad por lo que es necesario tener nuevas alternativas para que la población del cantón tenga la posibilidad de enterrar a sus familiares fallecidos de manera fácil y que cuente con la seguridad correspondiente.
- La aceptación de un nuevo camposanto en la ciudad de Azogues es favorable, no solo por la falta de espacio en los camposantos existentes en el momento, sino además siempre buscan nuevas alternativas que proporcionen todas las facilidades necesarias, antes, durante y después del servicio fúnebre, a más del interés de la innovación de los servicios presentados al público. Tener un nuevo camposanto que no solo sea un depósito de cuerpos, sino un verdadero sitio de descanso, es lo que la gente busca, algo que no solo servirá de manera particular a las personas, sino, además, proporcionará una imagen nueva a la ciudad.
- El proyecto del camposanto es factible, ya que cuenta con todos los estudios necesarios, tanto en el aspecto técnico y financiero. De tener la apertura necesaria con las autoridades de la ciudad y el presupuesto, este proyecto dará un avance al desarrollo de la ciudad y un servicio de primera para la población en general.

7.2 Recomendaciones:

- Analizar la situación actual de los camposantos existentes en la ciudad de Azogues, para determinar su vida útil, lo que permitirá gestionar nuevas opciones a la población para el servicio fúnebre de sus familiares, con lo cual desafectaría la sobre población y el servicio de manutención de los mismos, que actualmente existe.
- Tener en cuenta los nuevos proyectos empresariales y arquitectónicos que se presentan en el ámbito funerario, lo que no solo representa un mejoramiento en el servicio sino, además, nuevas oportunidades de empleos a muchas personas, ya sea de manera directa o indirecta.
- El municipio de Azogues debe tomar en consideración estos proyectos para que, en un futuro a mediano plazo, puedan dar apertura y concretarse, ya que se debe pensar en el futuro de la población que a su tiempo necesitará de un espacio adecuado para su descanso mortuario.

7.3 Bibliografía

- Áltima Serveis Funeraris . (06 de 12 de 2019). *Áltima*. Obtenido de <https://www.altimasfi.com/es/tanatopedia/sala-de-velatorio/>
- ARCSA. (2012). *EXPEDIR EL REGLAMENTO SUSTITUTIVO PARA OTORGAR PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO A LOS ESTABLECIMIENTOS SUJETOS A VIGILANCIA Y CONTROL SANITARIO*. Quito: Registro Oficial No. 788 .
- ARCSA. (14 de septiembre de 2018). *Gob.ec*. Obtenido de <https://www.gob.ec/arcsa/tramites/permiso-funcionamiento-cementerios#>
- Azorín, J. L. (25 de noviembre de 2016). *Antrophistoria.com*. Obtenido de <https://www.antrophistoria.com/2016/11/los-rituales-funerarios-en-la-antigua.html>
- Bernal, D. A. (19 de mayo de 2018). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/378656316/Cementerio-de-Azogues-Se-Integra-a-La-Red-Ecuatoriana-de-Cultura-Funeraria>
- Camuñas, E. (24 de julio de 2017). Los beneficios de la investigación de mercados: claridad y acierto. *Unirevista [Internet]*. Obtenido de <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/noticias/los-beneficios-de-la-investigacion-de-mercados-claridad-y-acierto/549201838407/>
- Cando, C. P. (29 de octubre de 2017). *Guayaquil mi destino*. Obtenido de <https://www.guayaquilesmidestino.com/es/patrimonio-de-la-ciudad/lugares/cementerio-general>
- Castro V, & Guzman P. (2012). *Liquidación de una compañía de Responsabilidad Limitada*. Obtenido de Universidad de Cuenca.
- Cedeño, I. D. (2018). *Estudio técnico: herramienta indispensable para la efectividad del desarrollo de un proyecto de inversión*. Examen Complexivo Administración de Empresas, Universidad Técnica de Machala. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12037>
- Chain, S. (enero de 2018). VAN: qué es y para qué sirve. *EAE [Internet]*. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/van-que-es-y-para-que-sirve/>
- Codificación 0. (20 de 05 de 2014). *Registro oficial 312*. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf

- Contreras, M. (30 de junio de 2015). *Gestron*. Obtenido de <https://gestron.es/modelo-de-negocios-definicion-y-ejemplos/>
- Corbin, J. A. (16 de Diciembre de 2016). Habilidades gerenciales: 12 claves para el éxito empresarial. *Psicología y Mente [Internet]*. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/empresas/habilidades-gerenciales>
- Corvo, H. S. (2019). TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento): qué es, cálculo. *Lifeder [Internet]*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/tmar-tasa-minima-aceptable-rendimiento/>
- Darquea, A. (02 de noviembre de 2014). El Tejar alberga al primer cementerio de Quito. *El telégrafo [Internet]*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/el-tejar-alberga-al-primero-cementerio-de-quito>
- Deliz, E. (18 de marzo de 2018). *Slideplayer*. Obtenido de <https://slideplayer.es/slide/1077266/>
- Díaz, G. (6 de abril de 2016). *Creación de proyectos*. Obtenido de <https://www.creaciondeproyectos.com/ciclo-vida-del-proyecto/>
- Diccionario Español. (6 de 12 de 2019). *Diccionario Español*. Obtenido de <https://diccionario.reverso.net/espanol-definiciones/camposanto.r.v.v>
- Ecuador, A. N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Registro Oficial 449. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Efuneraria. (5 de noviembre de 2018). *Efuneraria.com*. Obtenido de <https://efuneraria.com/blog/incineracion-y-cremacion/>
- Egipcios, E. (6 de octubre de 2016). <http://www.entierros.com>. Obtenido de <http://www.entierros.com/entierros-egipcios-como-y-donde-los-enterraban-tipos-ritos-tumbas/>
- Federico. (10 de septiembre de 2018). Proyecto de Inversión . *Zona Económica [en línea]*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/proyecto-inversion>
- Ferreira, N. M. (3 de septiembre de 2018). *Oberlo*. Obtenido de <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>
- Francisco, J. M. (20 de julio de 2012). Descubren el 'enterramiento' más antiguo en Atapuerca. *ABC Sociedad*. Obtenido de https://www.abc.es/sociedad/rc-descubren-enterramiento-antiguo-atapuerca-201207200000_noticia.html

- Gacia, I. (17 de octubre de 2017). *Economía Simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/tasa-interna-de-retorno-tir>
- Gallardo, J. (7 de marzo de 2019). *Jardines del Eden*. Obtenido de <http://www.jardinesdeleden.com/cjemta/index.php/productos servicios/adicional es>
- Glancey, J. (15 de febrero de 2015). *BBC News*. Recuperado el 15 de 04 de 2019, de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/02/150121_vert_cul_cementerios_ciudades_yv
- Hidalgo, F. (2016). El tránsito hacia el más allá: rituales mortuorios en el Ecuador. *Mundo Diners*. Obtenido de <http://www.revistamundodiners.com/?p=5844>
- Jimenez, P. (2015). Cinco técnicas de análisis económico-financiero para las empresas. *Esan [Internet]*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/08/5-tecnicas-analisis-economico-financiero-empresas/>
- Kotler, P. (1996). *Dirección de Mercadotecnia*. Prentice-Hall.
- Kotler, Philip. (1967). *Dirección de marketing, Análisis, Planeación y Control*. (Segunda ed.). Mexico: Editorial Diana. Obtenido de <https://ocw.ehu.eus/file.php/131/marketing/tema-3/tema-3.pdf>
- Mancilla, F. (14 de octubre de 2017). *Funerarialanueva.es*. Obtenido de <https://www.funerarialanueva.es/origen-la-historia-los-velatorios/>
- Martin, G. (17 de mayo de 2017). *Guss Martin*. Obtenido de <http://gussmartin.com/5-definiciones-innovacion/>
- Megías, J. (24 de mayo de 2019). *Emprendedores*. Obtenido de <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a69057/que-significa-modelo-de-negocio/>
- Meyo, M. G. (27 de junio de 2018). 7 puntos a considerar en un Proyecto de Inversión. *Gestiopolis [Internet]*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/7-puntos-a-considerar-en-un-proyecto-de-inversion/>
- Morales, D. K. (marzo de 2015). *Gestiopolis [Internet]*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/gerencia-estrategica-para-mejorar-las-ventas-en-la-empresa/>
- MSP. (2018). *REGLAMENTO ESTABLECIMIENTOS SERVICIOS FUNERARIOS Y MANEJO CADAVERES*. Quito: Registro Oficial 226.

- Ochoa, C., Sánchez, A., Andocilla, J., Hidalgo, H., & Medina, D. (2018). El análisis financiero como herramienta clave para una gestión financiera eficiente en las medianas empresas comerciales del Cantón Milagro. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana [Internet]*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/analisis-financiero-ecuador.html>
- Porras, M. (9 de agosto de 2018). *Semrush.com*. Obtenido de <https://es.semrush.com/blog/modelo-negocio-como-herramienta-empresarial/>
- Quijano, G. (7 de julio de 2016). *www.marketingyfinanzas.net*. Obtenido de <https://www.marketingyfinanzas.net/2016/07/que-es-mix-de-marketing/>
- Quijano, G. (13 de febrero de 2018). *OpenMind*. Obtenido de <https://www.bbvaopenmind.com/economia/empresa/que-es-un-modelo-de-negocio-y-como-hacerlo-efectivo/>
- RAE. (19 de mayo de 2019). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=71HKDNG>
- Redaccion. (24 de mayo de 2019). *Emprendedores.com*. Obtenido de <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a69057/que-significa-modelo-de-negocio/>
- Remache, P. (2 de octubre de 2017). *www.nextu.com*. Obtenido de <https://www.nextu.com/blog/que-es-el-marketing-mix-y-cuales-son-sus-variables/>
- Reyes, J. C. (2018). *MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CEMENTERIO ECOLÓGICO EN LA CIUDAD DE IBARRA*. UNIANDÉS, Ibarra.
- Ríos, J. (28 de octubre de 2018). Servicios exequiales, un negocio en expansión . *El Correo*. Obtenido de <https://www.diariocorreo.com.ec/22343/ciudad/servicios-exequiales-un-negocio-en-expansion>
- Riquelme, M. (4 de septiembre de 2018). *Web y empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/que-es-un-proyecto-de-inversion/>
- Rojas, M. (2017). *Red de espacios públicos: Nuevo cementerio municipal de Cuenca*. Tesis de grado, Universidad del Azuay, Cuenca.
- SEPS. (15 de julio de 2015). <http://www.seps.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/web/guest/noticia?conoce-la-eps>

Staff, F. (16 de enero de 2018). Este empresario encontró un negocio rentable en la muerte. *Forbes*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/este-empresario-encontro-un-negocio-rentable-en-la-muerte/>

Torres, C., & De León, J. (2018). *Diseño de Estrategias de Marketing de la empresa Camposantos del Ecuador "Parque de la Paz", año 2018*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil.

Valdez, J. C. (27 de julio de 2019). *Concepto y definicion*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/gerencia/>

Valladares, A. L. (16 de septiembre de 2016). *Funeraría Nueva*. Obtenido de <https://www.funerarialanueva.es/diferencia-nichos-lapiditas/>



ANEXOS

Anexo A Encuesta sociodemográfica

MODELO DE NEGOCIOS: DISEÑO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN Y GERENCIAMIENTO DEL CAMPOSANTO “CIUDAD SANTA”. UBICADO EN EL CANTÓN AZOGUES.

ENCUESTA DIRIGIDA A LA CIUDADANÍA DEL CANTÓN AZOGUES

Objetivo de la encuesta: la siguiente encuesta tiene como objetivo conocer si la idea de negocios será aceptada por la ciudadanía azogueña, sus gustos y preferencias, nivel de precio y otras variables que nos permitan obtener la información necesaria para la elaboración de proyecto.

Pedimos de la manera más atenta y cordial, contestar las preguntas con la mayor veracidad y sinceridad del caso.

1. ¿Conoce o ha visitado Ud. un camposanto?

- Si
 No

2. ¿Conoce Ud. los cementerios de la ciudad de Azogues?

- Si
 No

3. ¿Señale cuáles son los cementerios de la ciudad de Azogues que Ud. Conoce?

- Cementerio patrimonial de Zhirincay
 Cementerio de San Francisco de Peleusí de Azogues
 Cementerio de la Catedral de Azogues
 Todos
 Ninguno

4. ¿Con que frecuencia Ud. visita el cementerio patrimonial de Zhirincay en la ciudad de Azogues?

- Una vez por semana
 Dos veces por mes
 Una vez por semestre



- () Una vez por año
5. **¿Está de acuerdo con la creación de un camposanto privado en la ciudad de Azogues?**
- () Si
() No
6. **¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por el uso del camposanto “Ciudad Santa” (que incluye el uso de la sala de velaciones y un nicho para los restos mortales de su ser querido) ubicado en la ciudad de Azogues?**
- () \$3.000
() \$4.000
() \$6.000
7. **¿Cuál sería el factor más importante para Ud. a la hora de recibir el servicio en un camposanto?**
- () Buena atención al cliente
() Instalaciones modernas
() Personal calificado
() Ayuda en trámites legales
() Calidad en el servicio
8. **¿A través de qué medios le gustaría conocer la información del camposanto?**
- () Por radio
() Televisión
() Periódicos
() Mediante Redes Sociales
9. **¿Según su criterio cuantas salas de velaciones deberíamos de disponer?**
- () 1 Sala
() 2 Salas
() 3 Salas
10. **¿Según su criterio que capacidad debería tener la sala de velaciones en el camposanto?**
- () 100 personas
() 150 personas
() 200 personas
11. **¿En qué sector preferiría que este ubicado el camposanto?**
- () Charasol
() Uchupucun
() Parroquia Luis Cordero
() Autopista Azogues-Cuenca (Sector El pampero)
12. **¿Con relación a los servicios exequiales, que decisión tomaría Ud. para el entierro de su ser querido?**
- () Servicio funeral completo (Tradicional)
() Entierro directo (No incluye velación)
() Por medio de Cremación directa



13. ¿Estaría dispuesto a comprar un espacio para su ser querido en dicho camposanto?

- () Si
- () No

14. ¿Cuántos espacios estaría dispuesto a comprar en el camposanto privado?

- () Uno
- () Dos
- () Tres
- () Cuatro
- () Cinco

15. ¿Qué tipo de espacio estaría dispuesto a comprar Ud.?

- () Bóvedas
- () Mausoleos para familias
- () Tumbas en el suelo o piso



Anexo B
Número de bóvedas disponibles

 UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

Según la entrevista realizada al Ing. Marco Neira Neira en la oficina del municipio de Azogues (Administración de cementerios, Octubre 2019) y mediante conversatorio se pudo obtener la siguiente información necesaria para la realización del proyecto de investigación:

Aproximados

Número de bóvedas disponibles en el cementerio Patrimonial de Zhirincay de la ciudad Azogues	7310
Número de nichos disponibles en el cementerio Patrimonial de Zhirincay de la ciudad Azogues	150
Número de mausoleos disponibles en el cementerio Patrimonial de Zhirincay de la ciudad de Azogues	80
Número de bóvedas disponibles en el cementerio de San Francisco de peleusí de la ciudad de Azogues	270
Número de nichos disponibles en el cementerio de San Francisco de peleusí de la ciudad de Azogues	100
Número de bóvedas disponibles en el cementerio de la Catedral de la ciudad de Azogues	150
Capacidad total en el cementerio Patrimonial de Zhirincay de la ciudad Azogues	4098
Capacidad total en el cementerio de San Francisco de Peleusí de la ciudad de Azogues	1100
Capacidad total en el cementerio de la Catedral de la ciudad de Azogues	2000



Anexo C
Requerimientos municipales



UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

**MODELO DE NEGOCIOS: DISEÑO DEL PROYECTO DE
INVERSIÓN Y GERENCIAMIENTO DEL CAMPOSANTO
"CIUDAD SANTA". UBICADO EN EL CANTÓN AZOGUES.**

Entrevista dirigida al municipio para conocer las exigencias y permisos que se deben obtener para conocer si existe la factibilidad de implementar dicho proyecto en la ciudad de Azogues.

Permisos que se deben obtener en el Municipio de Azogues:

Calificación de uso de suelo.
Registro de la patente municipal.
Permiso de los Bomberos
Gestión ambiental.

Permisos que se deben obtener en la Catedral de Azogues:

*Solicitud al Señor Obispo de la ciudad de Azogues para la
celebración de actos religiosos.*

Anexo D:

Permisos para la sala de velaciones





Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Fabian Ramirez
Título del ejercicio: TITULACION
Título de la entrega: TITULACION
Nombre del archivo: TESIS_final2.10.docx
Tamaño del archivo: 2.92M
Total páginas: 101
Total de palabras: 19,047
Total de caracteres: 105,083
Fecha de entrega: 13-dic-2019 09:31a.m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 1233872281



UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

**UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

MODELO DE NEGOCIOS: DISEÑO DEL PROYECTO
DE INVERSIÓN Y GERENCIAMIENTO DEL
CAMPOSANTO "CIUDAD SANTA". UBICADO EN EL
CANTÓN AZOGUES.

**TRABAJO DE GRADUACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERO EMPRESARIAL**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:
Christian Marcelo Borja Arichavala

Director:
Ing. Carlos Fabián Ramírez Valarezo, MBA.

2019

TITULACION

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Tecnologica de Honduras

Trabajo del estudiante

<1%

2

creativecommons.org

Fuente de Internet

<1%

3

Submitted to Universidad Anahuac México Sur

Trabajo del estudiante

<1%

4

documents.mx

Fuente de Internet

<1%

5

www.isotools.org

Fuente de Internet

<1%

6

Submitted to Universidad Católica San Pablo

Trabajo del estudiante

<1%

7

www.researchgate.net

Fuente de Internet

<1%

8

www.eumed.net

Fuente de Internet

<1%

9	Submitted to Universidad Pontificia Bolivariana	<1%
	Trabajo del estudiante	
10	Submitted to EP NBS S.A.C.	<1%
	Trabajo del estudiante	
11	Submitted to Agrupación Marista Ecuatoriana	<1%
	Trabajo del estudiante	
12	pompesfunebresand.com	<1%
	Fuente de Internet	
13	rockcontent.com	<1%
	Fuente de Internet	
14	slideplayer.es	<1%
	Fuente de Internet	
15	repositorio.ug.edu.ec	<1%
	Fuente de Internet	
16	repositorio.unan.edu.ni	<1%
	Fuente de Internet	
17	Submitted to CONACYT	<1%
	Trabajo del estudiante	
18	www.unipamplona.edu.co	<1%
	Fuente de Internet	
19	Submitted to Universidad Santo Tomas	<1%
	Trabajo del estudiante	
20	www.aedem-virtual.com	<1%
	Fuente de Internet	

<1%

21

Submitted to Universidad Internacional de la Rioja

Trabajo del estudiante

<1%

22

Submitted to Universidad de Lima

Trabajo del estudiante

<1%

23

interrogantes.net

Fuente de Internet

<1%

24

Submitted to 92920

Trabajo del estudiante

<1%

25

repositorio.unp.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

26

www.zonaeconomica.com

Fuente de Internet

<1%

27

Submitted to Consorcio CIXUG

Trabajo del estudiante

<1%

28

repositorio.unsa.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

29

www.risti.xyz

Fuente de Internet

<1%

30

Submitted to Universidad San Francisco de Quito

Trabajo del estudiante

<1%

31	Submitted to Grupo IOE Trabajo del estudiante	<1%
32	www.ispetp.rimed.cu Fuente de Internet	<1%
33	guayaquilwilsonfabiana.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
34	Submitted to Fundación Universitaria del Area Andina Trabajo del estudiante	<1%
35	ofi.mef.gob.pe Fuente de Internet	<1%
36	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
37	m.zonaeconomica.com Fuente de Internet	<1%
38	www.opsecu.org Fuente de Internet	<1%
39	www.revistapensamientoacademico.cl Fuente de Internet	<1%
40	Submitted to Aliat Universidades Trabajo del estudiante	<1%
41	Submitted to Esumer Institucion Universitaria Trabajo del estudiante	<1%

42 Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD <1 %
Trabajo del estudiante

43 studylib.es <1 %
Fuente de Internet

44 Submitted to UC, Boulder <1 %
Trabajo del estudiante

45 www.authorstream.com <1 %
Fuente de Internet

46 Submitted to Instituto Especializado de Estudios Superiores Loyola <1 %
Trabajo del estudiante

47 Submitted to Universidad Cooperativa de Colombia <1 %
Trabajo del estudiante

48 docplayer.es <1 %
Fuente de Internet

49 cambiosenlacontabilidad.blogspot.com <1 %
Fuente de Internet

50 www.redisal.org.sv <1 %
Fuente de Internet

51 Submitted to Universidad Ricardo Palma <1 %
Trabajo del estudiante

52 repositorio.ucsg.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

53

salud.michoacan.gob.mx

Fuente de Internet

<1%

54

Submitted to Atlantic International University

Trabajo del estudiante

<1%

55

Submitted to Instituto Europeo de Posgrado

Trabajo del estudiante

<1%

56

Submitted to Universidad Senor de Sipan

Trabajo del estudiante

<1%

57

Submitted to Universidad Estatal de Milagro

Trabajo del estudiante

<1%

58

Submitted to Universidad de Burgos UBUCEV

Trabajo del estudiante

<1%

59

Submitted to Universidad Santiago de Cali

Trabajo del estudiante

<1%

60

economiaenbicicleta.com

Fuente de Internet

<1%

61

repository.libertadores.edu.co

Fuente de Internet

<1%

62

Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega

Trabajo del estudiante

<1%

unaj.edu.pe

63

Fuente de Internet

<1%

64

www.repositorio.uleam.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

65

www.euroyage.com

Fuente de Internet

<1%

66

www.aaba.org.ar

Fuente de Internet

<1%

67

Submitted to Politécnico Colombiano Jaime
Isaza Cadavid

Trabajo del estudiante

<1%

68

www.cuesttv.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

69

eur-lex.europa.eu

Fuente de Internet

<1%

70

Submitted to UNILIBRE

Trabajo del estudiante

<1%

71

www.un.org

Fuente de Internet

<1%

72

gestiopolis.com

Fuente de Internet

<1%

73

www.misionalianza.org

Fuente de Internet

<1%

repositorio.unifesp.br

74

Fuente de Internet

<1%

75

www.delfabro.cl

Fuente de Internet

<1%

76

repositorio.uancv.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

77

repositorio.uac.edu.co

Fuente de Internet

<1%

78

www2.uca.edu.ar

Fuente de Internet

<1%

79

Submitted to Fundación Educativa de Inglaterra
– The English School

Trabajo del estudiante

<1%

80

www.consultoresecuador.com

Fuente de Internet

<1%

81

www.laprevencion.com

Fuente de Internet

<1%

82

www.cesarcamacho.org.mx

Fuente de Internet

<1%

83

Submitted to Universidad Catolica De Cuenca

Trabajo del estudiante

<1%

84

repositorio.uandina.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

www.bjinforma.com

85

Fuente de Internet

<1%

86

www.linguee.com

Fuente de Internet

<1%

87

www.infonavit.org.mx

Fuente de Internet

<1%

88

www.vivorecuerdo.com

Fuente de Internet

<1%

89

foros.canal21.com

Fuente de Internet

<1%

90

catarina.udlap.mx

Fuente de Internet

<1%

91

www.foyel.com.ar

Fuente de Internet

<1%

92

repositorio.uniagustiniana.edu.co

Fuente de Internet

<1%

93

prezi.com

Fuente de Internet

<1%

94

Submitted to Instituto de Empress S.L.

Trabajo del estudiante

<1%

95

www.gpedregal.org

Fuente de Internet

<1%

96

Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de

<1%

Administración de Negocios para Graduados

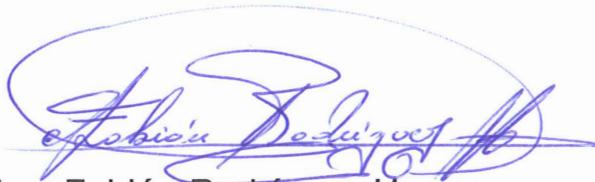
Trabajo del estudiante

97	pesquisa.bvsalud.org Fuente de Internet	<1%
98	www.cepchile.cl Fuente de Internet	<1%
99	macyalbest.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
100	www.ops-oms.org Fuente de Internet	<1%
101	Submitted to Korea University Trabajo del estudiante	<1%
102	Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS Trabajo del estudiante	<1%
103	Submitted to Universidad Estatal a Distancia Trabajo del estudiante	<1%
104	Submitted to Universidad de San Buenaventura Trabajo del estudiante	<1%
105	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú Trabajo del estudiante	<1%

EL BIBLIOTECARIO DE LA SEDE AZOGUES

Que: **BORJA ARICHAVALA CHRISTIAN MARCELO**, con cedula de ciudadanía Nro. **0302307053** de la Carrera de **Ingeniería Empresarial**.

No adeuda libros, a esta fecha: **12 de diciembre de 2019**



Eco. Fabián Rodríguez Herrera

BIBLIOTECARIO

Biblioteca Universitaria
MONS. "FROILAN POZO QUEVEDO"

PERMISO DE AUTOR DE TESIS PARA SUBIR AL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Yo, **Christian Marcelo Borja Arichavala** portador de la cédula de ciudadanía número **030230705-3** en calidad de autor y titular de los derechos patrimonial del trabajo de titulación: **DISEÑO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN Y GERENCIAMIENTO DEL CAMPO SANTO “CIUDAD SANTA”. UBICADO EN EL CANTÓN AZOGUES**, de conformidad en lo establecido en el artículo 114 del Código orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, así mismo, autorizo a la Universidad para que realice la publicación de este trabajo en el repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 114 de la ley orgánica de Educación Superior.

Azogues, 16 de diciembre de 2019

Christian Marcelo Borja Arichavala
Ci. 030230705-3
Estudiante UCACUE