



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**VICERRECTORADO DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN**

**INSTITUTO DE POSGRADO**

**TESOS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGÍSTER EN  
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MENCIÓN FINANZAS.**

**TEMA:**

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO DE SERVICIO DE  
CREMACIÓN Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS  
EMPRESAS EXEQUIALES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE  
CHIMBORAZO EN EL PERIODO 2015-2016.

**AUTORA:**

VERÓNICA DEL CARMEN SALAS CABRERA

**TUTOR:**

ING. WILSON SALTOS A.

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Certifico que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de Magíster en Pequeñas y Medianas Empresas Mención Finanzas con el tema: Diseño e implementación de un modelo de servicio de cremación y su incidencia en el desarrollo económico de las empresas exequiales de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo en el periodo 2015-2016, ha sido elaborado por Verónica del Carmen Salas Cabrera, con el asesoramiento permanente de mi persona en calidad de Tutor, por lo que certifico se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Riobamba, enero de 2017



Ing. Wilson Saltos A.

**TUTOR**

## AUTORÍA

Yo, Verónica del Carmen Salas Cabrera con cédula de identidad N° 060328190-8 soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y lineamientos alternativos realizados en la presente investigación y el patrimonio intelectual del trabajo investigativo pertenece a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Verónica del Carmen Salas Cabrera

**C.I.: 060328190-8**

## **AGRADECIMIENTO**

Doy gracias a Dios por la vida que me ha dado, plasmando en cada paso de mi existencia metas correctas para culminarlas con su ayuda, para seguir adelante.

Agradezco a la Universidad Nacional de Chimborazo, una entidad digna de dar oportunidades académicas para conseguir los objetivos de vida, como la Maestría en Pequeñas y Medianas Empresas Mención Finanzas; es un honor mencionar a mis maestros quienes con su esfuerzo y dedicación sembraron sus conocimientos intelectuales, para poder seguir luchando día a día en mi vida profesional.

Mi congratulación afable la hago llegar al Ing. Wilson Saltos A, quien ha hecho posible que con su asesoría pueda culminar con el trabajo de investigación, aportado con su valioso tiempo y dirección.

Verónica del Carmen Salas Cabrera

## **DEDICATORIA**

A mis amados hijos Diego quien con su apoyo incondicional ha hecho posible que me convierta en una mujer de lucha y dedicación para cumplir con uno más de mis objetivos, a mis pequeños Ezequiel y María Emilia que con sus travesuras me han demostrado lo especial que es la vida y sembrar en ellos un ejemplo de entrega y fortaleza.

A mí amada madre que con su dulzura y esfuerzo dejó en mí, recuerdos de apoyo, y dedicación, que ha hecho posible conseguir logros importantes.

A mí incondicional tía Enmita y hermanos Miguel, Alexandra y Maritza que son un apoyo importante, para mi vida.

Verónica del Carmen Salas Cabrera

# ÍNDICE GENERAL

## CONTENIDO

<b>Página</b>	<b>Pág.</b>
PORTADA	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	II
AUTORÍA	III
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA	V
ÍNDICE GENERAL	VI
ÍNDICE DE CUADROS	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XIII
INTRODUCCIÓN	XIV

## CAPÍTULO I.

1.-	<b>MARCO TEÓRICO</b>	1
1.1.-	ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES	1
1.2.-	FUNDAMENTACION CIENTÍFICA	3
1.2.1.-	FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	3
1.2.1.1.-	CONCEPTUALIZACIÓN SERVICIO AL CLIENTE:	4
1.2.1.2.-	DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL	5
1.2.1.4.-	LA DEMANDA	6
1.2.1.5.-	LA OFERTA	7
1.2.1.6.-	ESTUDIO FINANCIERO	7
1.2.1.7.-	PLAN FINANCIERO	7
1.2.2.-	Fundamentación Epistemológica.	7
1.2.2.1.-	Evolución de la Cremación	8
1.2.2.1.1.	Antigüedad	8
1.2.2.1.2.-	Edad Media	8
1.2.2.1.3.-	Edad Moderna	9

1.2.3.-	Fundamentación Axiológica	10
1.2.3.1.-	El cristianismo respecto a la cremación	10
1.2.4.-	Fundamentación Psicológica	11
1.2.4.1.-	Antropología, muerte y cremación	12
1.2.5.-	Fundamentación Legal	13
1.2.5.1.-	Constitución de la República	13
1.2.5.2.-	Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales	14
1.2.5.3.-	El Régimen de desarrollo	14
1.2.5.4.-	Soberanía económica	15
1.2.5.5.	Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, COPCI	16
1.2.5.6.	La Ley de Compañías en un marco jurídico	18
1.2.5.7.-	Análisis legal	19
1.2.5.8.-	El estudio Legal y el Administrativo	19
1.3.-	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	20
1.3.1.-	Producto y/o Servicio	20
1.3.2.-	Servicio al cliente:	21
1.3.3.-	Cliente:	22
1.3.4.-	Calidad del servicio:	22
1.3.5.-	Cremación:	24
1.3.6.-	Logística de un negocio	25
1.3.7.-	Estudio de Mercado	26
1.3.8.-	Mercado:	27
1.3.9.-	Plan de Marketing:	27
1.3.10.-	Financiamiento:	28
1.3.11.-	Plan Financiero	28

## **CAPÍTULO II**

2.-	<b>METODOLOGÍA</b>	29
2.1.-	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	29
2.1.1.-	Diseño Exploratorio.	29
2.1.2.-	Diseño Descriptivo.	29
2.1.3.-	Diseño Propositivo.	29
2.2.-	TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	29

2.2.1.-	Cualitativa	29
2.2.2.-	Investigación de Campo	30
2.3.-	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.3.1.-	Método inductivo	30
2.3.2.-	Método deductivo	30
2.3.3.-	TIPO DE ESTUDIO:	31
2.4.-	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS	31
2.4.1.-	Encuesta:	31
2.5.-	POBLACIÓN Y MUESTRA	32
2.6.-	PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	34
2.7.-	HIPÓTESIS	34
2.7.1.-	Hipótesis General	34
2.7.2.-	Hipótesis Específicas	34

### **CAPÍTULO III**

3.-	<b>LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS</b>	35
3.1.-	TEMA	35
3.2.-	PRESENTACIÓN	35
3.3.-	OBJETIVOS	35
3.3.1.-	Objetivo general	35
3.3.2.-	Objetivos específicos	35
3.4.-	FUNDAMENTACIÓN	36
3.5.-	CONTENIDO	36
3.6.-	OPERATIVIDAD	37

### **CAPÍTULO IV**

4.-	<b>EXPOSICIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	38
4.1.-	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	54
4.2.-	COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	55
4.2.1.-	Planteamiento de la hipótesis	55

<b>CAPÍTULO V</b>	57
5.- <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	57
5.1.- CONCLUSIONES	57
5.2.- RECOMENDACIONES	58
BIBLIOGRAFÍA	59
ANEXOS	63

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro</b>	<b>No de página</b>
Cuadro No.1. 1 Medidas para mejorar la atención al cliente	24
Cuadro No.2. 1 Población y muestra	32
Cuadro No.4. 1 Conocimiento del Servicio de Cremación	38
Cuadro No.4. 2 Asesoramiento sobre el servicio de cremación	39
Cuadro No.4. 3 Impacto positivo en el medio ambiente	40
Cuadro No.4. 4 Ciudad de Riobamba brinden el servicio de cremación	41
Cuadro No.4. 5 Aceptado por el cristianismo	42
Cuadro No.4. 6 Recomendaría servicio exequial de la cremación	43
Cuadro No.4. 7 Elección del servicio de cremación	44
Cuadro No.4. 8 Utilizar el servicio de cremación una opción exequial	45
Cuadro No.4. 9 Valor a pagar por el servicio de cremación	46
Cuadro No.4. 10 Forma de pago	47
Cuadro No.4. 11 Espacio en el cementerio de Riobamba	48
Cuadro No.4. 12 Opciones de servicios exequiales	49
Cuadro No.4. 13 Costos de manutención del cementerio	50
Cuadro No.4. 14 Gasto por elaboración de ataúdes	51
Cuadro No.4. 15 La cremación como solución por abandono de nichos	52
Cuadro No.4. 16 Cremación una opción de ahorro	53
Cuadro No.4. 17 Preguntas relevantes de la encuesta	54
Cuadro No.4. 18 Frecuencias Observadas	54
Cuadro No.4. 19 Frecuencias Esperadas	54
Cuadro No.4. 20 Cálculo Chi - cuadrado	56

# ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráficos</b>	<b>No de página</b>	
Gráfico No.1. 1	Esquema de cremación calidad del servicio	25
Gráfico No.1. 2	Modelo de dirección de Cadena de Suministros	26
Gráfico No.1. 3	Fases de un plan de marketing	28
Gráfico No.4. 1	Conocimiento del Servicio de Cremación	38
Gráfico No.4. 2	Asesoramiento sobre el servicio de cremación	39
Gráfico No.4. 3	Impacto positivo en el medio ambiente	40
Gráfico No.4. 4	Ciudad de Riobamba brinden el servicio de cremación	41
Gráfico No.4. 5	Aceptado por el cristianismo	42
Gráfico No.4. 6	Recomendaría servicio exequial de la cremación	43
Gráfico No.4. 7	Elección del servicio de cremación	44
Gráfico No.4. 8	Utilizar el servicio de cremación una opción exequial	45
Gráfico No.4. 9	Valor a pagar por el servicio de cremación	46
Gráfico No.4. 10	Forma de pago	47
Gráfico No.4. 11	Espacio en el cementerio de Riobamba	48
Gráfico No.4. 12	Opciones de servicios exequiales	49
Gráfico No.4. 13	Costos de manutención del cementerio	50
Gráfico No.4. 14	Gasto por elaboración de ataúdes	51
Gráfico No.4. 15	La cremación como solución por abandono de nichos	52
Gráfico No.4. 16	Cremación una opción de ahorro	53
Gráfico No.4. 17	Zona de Aceptación y Rechazo	56

## RESUMEN

La investigación pretende analizar como la implementación de un modelo para el diseño de servicio de cremación incide en el desarrollo económico de las empresas exequiales de la ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo, el principal objetivo es un estudio analítico donde se pueda considerar una mejora en los servicios exequiales, sugiriendo se incremente como servicio adicional para las funerarias. El servicio de cremación es un proceso que consiste en la incineración de un cuerpo siendo una posibilidad de opción funeraria para poder despedir a un ser amado que ha fallecido. El diseño de servicio de cremación permite que las funerarias de la ciudad de Riobamba, tengan una meta señalada para poder implementar el servicio, de esta manera hacer que los posibles usuarios puedan acceder a esta opción exequial, tomándola como una oportunidad empresarial para aumentar su beneficio económico a través de un servicio de calidad. La metodología responde a un diseño no experimental de tipo descriptivo, propositivo, cualitativo de campo y bibliográfico, la muestra es de 383 personas de la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba, a quienes se aplicó encuestas de 16 preguntas que buscan datos de las dos variables de estudio, se puso en consideración a los posibles clientes que harán uso del servicio de cremación, a los que se tabulo, graficó analizó e interpreto, así permitió identificar la necesidad de implementar el modelo de servicio exequial y es deductiva porque se examinó la factibilidad de elección exequial convirtiéndose como herramienta integral para la toma de decisiones demostrando el impacto positivo que tuvo el modelo de servicio de cremación para las empresas exequiales, es de tipo cualitativo porque comprende las preferencias que tiene los clientes de los servicios que ofrece la empresa y es cualitativa porque se realizó un estudio de campo por medio de las encuestas, se pudo identificar las conclusiones y por añadidura se aportó con las respectivas recomendaciones .

## Abstract

This research aims to analyze how the implementation of a cremation service influences the economic development of funeral homes of the city of Riobamba in the Province of Chimborazo. The main objective is to create an analytical study where it can be considered to be an improvement in the Funeral Services, suggesting that it be included as an additional service for funeral homes. A cremation service is a process that consists in the incineration of a body. This being a possible funeral option when saying good bye to a loved one who has died. The cremation service allows funeral homes in the city of Riobamba to have a specified goal in order to be able to implement this service, thus, making it possible for users to access this funeral option. Consequently, this becomes a business opportunity which may increase their economic benefit while providing quality service. The methodology responds to a descriptive non-experimental design, propositional, filed qualitative and bibliographical. The sample corresponds to 383 subjects who are economically active in the city of Riobamba. Sixteen survey questions were administered which seek data from the two study variables; potential clients who will use the cremation service which were tabulated, analyzed and interpreted. This survey identified the need to implement the model of the cremation service. It is deductive because the feasibility of the service was chosen, thus, becoming an integral tool for decision-making, demonstrating the positive impact of cremation for funeral homes. It is qualitative because it includes the preferences of the clients for the services offered by the company and qualitative because a field study was carried out through the surveys. It was possible to identify the conclusions and in addition it contributed with the respective recommendations.



Reviewed by: Ponce, Maria  
Language Center Teacher



## INTRODUCCIÓN

La falta de terreno en los cementerios de diversos países del mundo para poder realizar los entierros, se ha convertido en una realidad inevitable que requirió la mediación estatal para dar como una propuesta opcional a sus ciudadanos la cremación. A pesar de las creencias religiosas el entierro es la principal forma de despedir a un ser querido.

Aun así las perspectivas no son muy confortadoras. De acuerdo a un informe realizado por BBC (<http://www.bbc.com/>), muestra que aproximadamente la mitad de los cementerios de Inglaterra, existe la posibilidad de quedarse sin espacio en los próximos 20 años, si tomamos en cuenta que una cuarta parte de ellos se saturaría dentro de una década. En Reino Unido la cremación se ha vuelto una tendencia inevitable donde el 74% de las personas que fallecieron en 2011 fueron cremadas, según las estadísticas finales de (The Cremation Society of Great Britain, 2014).

Sin embargo, este no es un problema característico de Inglaterra. En Sudáfrica los camposantos están colmados por lo que la cremación se está transformando en la única opción para la despedida del cuerpo (<http://www.redfuneraria.com/cremacion-o-entierro>, 2012).

En el Ecuador la cremación es considerada como el que más demanda tiene en el mercado, sin embargo la falta de los factores que interrelaciona la información adecuada ante el acrecentamiento de fallecimientos bajo diferentes circunstancias, no ha permitido que los familiares puedan planificar de manera adecuada el poder tomar esta decisión. En la ciudad de Riobamba los servicios de sepultura tradicional se están convirtiendo en un inconveniente debido al espacio, permitiendo que la opción de la cremación se la considere como una de las más directas al momento de elegir.

Por lo general los costos de un entierro son más elevados. Generalmente en las cremaciones, no se realizan gastos adicionales como se lo hace en los entierros que es el pago del terreno en el cementerio, la renta de una sepultura y traslado.

La opción del servicio de cremación evita problemas de focos infecciosos principalmente cuando el fallecimiento se ha sucedido por enfermedades infecto-contagiosas, en el aspecto ecológico el uso de una adecuada tecnología en el proceso de la cremación no permitirá que afecte al medio ambiente, mientras que en el entierro tradicional, si se produce ciertos contaminantes que provoquen daño en el sistema ecológico, el criterio en general es que las personas que optan por la cremación se considera como más sencillo y rápido que un entierro tradicional.

La escases de espacio físico en el Cementerio de la ciudad de Riobamba, los motivos económicos por la manutención del espacio santo en el que se encuentra un ser amado, la variedad de alternativas (para disponer de los restos), entre otros factores, han determinado que las personas comiencen a mirar la cremación con otros ojos, hasta ahora, la oferta de la prestación del servicio de cremación en la ciudad es nula, sujetos a las creencias y prácticamente no existen opciones a la hora de elegir, la muerte no solo se limita a un hecho físico, sino que sus efectos en la sociedad son profundos y significativos para su cultura, es por esto que se representa proporcionándole un carácter único. (Hertz, R, 1990).

El mercado objeto de este estudio está orientado en concreto a los posibles usuarios y familiares que requieren esta clase de servicio al que se refiere expresamente la cremación de sus seres queridos que ya han fenecido, tonándolo como un proceso natural en donde la oferta posea las características específicas que deben ser consideradas a la hora de analizar esta alternativa, para obtener una demanda satisfecha ya que la escasa elasticidad con respecto al precio produce una necesidad inmediata e imprevista tratándose de una demanda forzosa y de primera necesidad.

La factibilidad de realizar un estudio integral que permita a los inversionistas contar con la información adecuada para poder tomar una decisión, ante un análisis con datos y registros macro y micro empresariales necesarios para el diseño de un modelo de servicio de cremación, cuyo estudio será necesario para poder analizar la incidencia del desarrollo económico mostrando la factibilidad ante la rentabilidad, considerándose como información útil ante la toma de decisión, que es de una relevancia indispensable el realizar este estudio que permita evidenciar la viabilidad del mismo y que pueda

ajustarse a las necesidades de los inversionistas hasta que se pueda llegar a la meta deseada. La actual tesis se encuentra constituida de la siguiente forma:

**En el Capítulo I**, constan investigaciones anteriores las cuales hacen referencia al servicio de cremación y su relevancia en el desarrollo económico, las fundamentaciones científica filosófica, se conceptualizan el servicio al cliente, desarrollo económico y el estudio financiero, en la fundamentación epistemológica enfoca conceptos de la cremación, la fundamentación axiológica se fundamenta aspectos respecto de la cremación respecto al cristianismo, la fundamentación psicológica se conceptualiza la antropología de muerte y cremación, en la fundamentación legal una explicación de los lineamientos legales de la constitución de la República, leyes del régimen del desarrollo económicos, los parámetros legales para la constitución de servicio crematorio en la fundamentación teórica se muestra las conceptualizaciones de las dos variables, servicio al cliente para el desarrollo empresarial.

**En el capítulo II**, encontramos el diseño de la investigación, el tipo y métodos, las técnicas e instrumentos para recolectar datos, se efectuaron encuestas a la población activa económicamente de la Ciudad de Riobamba los posibles clientes que requieran hacer uso del servicio de cremación, la aplicación de la muestra se la realizó por medio de la fórmula estadística y se detallaron las hipótesis.

**Capítulo III**, se estructuraron los procesos del diseño del modelo de servicio de cremación, constituyéndose como instrumento de análisis cuali-cuantitativo determinante como el desarrollo económico de las empresas exequiales, se planteó el objetivo general, la fundamentación y el contenido de lo que se requiere obtener como resultado de la investigación y los objetivos específicos la estructuración para llegar al objetivo general.

**En el capítulo IV** en este apartado se exponen el análisis y la interpretación de los datos arrojados en la encuesta.

**Y en el capítulo V** se detallan las conclusiones y recomendaciones en concordancia con los objetivos específicos.

# **CAPÍTULO I.**

## **1.- MARCO TEÓRICO**

### **1.1.- ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES**

En lo que hace referencia a esta investigación podemos determinar que se ha encontrado algunas investigaciones al servicio al cliente y a la cremación:

Estudio de posibilidad para la instauración de una empresa que brinde servicios exequiales de cremación, situado en el punto industrial de Carcelén, en la ciudad de Quito, predestinado a los centros fúnebres del distrito metropolitano de Quito. (Terán, S, 2015)

Los servicios exequiales en el Ecuador se van posicionando en el mercado y han transformado de acuerdo a las preferencias, los servicios expuestos generan USD 21.2 millones de dólares por año donde, el servicio de cremación, es el que mayor demanda genera en el mercado sin embargo, existen otros factores que por diferentes circunstancias, los familiares toman esta alternativa y adquieren de los servicios sin una planificación previa.

El estudio de la posibilidad se convierte en una herramienta general permitiendo al inversionista contar con una información necesaria para la toma de decisiones, dentro de lo cual se ejecuta un aumento de datos y anotaciones históricas desde lo macro y micro del mercado, la indagación que se constituirá al estudio técnico en donde se diseñarán los requisitos necesarios para el impulso del proyecto.

La complementación de esta información se la realizará con el estudio financiero el mismo que se facilitará con los discernimientos de evaluación que expondrán la factibilidad, rentabilidad, etapas de recuperación, información conveniente para la toma de decisiones, de esta manera poder llegar al objetivo deseado.

En el tema de América Latina, en los países como México, Honduras y Perú muestran de manera clara y concreta cuál es la realidad edilicia de estas tierras. Según datos expresados por la ((ANEMEX), 2012) donde se explica que cuatro de cada nueve servicios funerarios que se suministraron en México correspondieron a cremaciones, otro caso es el que se puede observar que la falta de disponibilidad en los camposantos se da también en Perú por último, podemos mencionar a **Honduras** en donde las costosas tasas de mortandad están originando trastornos en los cementerios de este país. (<http://www.redfuneraria.com/cremacion-o-entierro>, 2012).

La legalización de la cremación humana y la obligación de regularizar en la Legislación Ecuatoriana.

Las autoras (Cuenca & Caraguay, 2011) entre uno de los derechos establecidos en la Constitución Política de la República del Ecuador se halla la más alta obligación del estado que radica en respetar y hacer respetar los derechos certificados en la misma, por eso en el Código Civil se localiza determinado que para todo suceso público o privado ha de existir la voluntad, es decir que no conseguimos perpetrar en contra de la misma.

Mercado de servicios mortuorios en el Ecuador.

(Almeida, G, 2009) la investigación fue realizada con el fin de analizar la oferta de la distribución de estos servicios en la ciudad de Cayambe y como este planeamiento interactúa ante los índices de rentabilidad.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios exequiales en la ciudad de Ambato.

La autora (Fiallos, C, 2011) la muerte es un acontecimiento que pide la ejecución de varias actividades fúnebres que implican gastos considerables: el ataúd, la velación, el entierro, trámites legales, etc., los cuales componen servicios necesarios al finiquitar el ciclo de vida de toda persona. A diario fallecen en nuestro país centenas de personas que sin concernir su clase social, ideología o preferencias, usan los servicios funerarios para apalear una despedida terrenal digna. El ataúd, la velación, el entierro, la cremación, los trámites legales, etc.; son servicios que escasos se emprenden a ofrecer,

pero quienes lo forman les ha considerado un negocio completo con extenso terreno por desarrollar.

Se ha realizado una investigación previa y se ha identificado que en la ciudad de Riobamba existen varias funerarias que ofrecen el servicio de cremación pero éstas se trasladan a la ciudad de Quito para poder cumplir con el servicio solicitado por el cliente, incrementando considerablemente el costo por servicios exequiales. Todo el proceso de traslado y cremación lleva por lo menos un día.

La demanda creciente de servicios crematorios se ha ido incrementando en la ciudad, por ello es necesario que el servicio se encuentre en la ciudad para facilitar la prestación del mismo.

El crematorio, una oportunidad inmobiliaria

Un Anteproyecto para la instauración de una empresa de servicios de cremación o incineración de restos humanos, ubicado en la Región Metropolitana de Santiago, Chile. La metodología establece cinco bloques en la investigación. De acuerdo a una secuencia lógica, y exhibida la metodología empleada, el método de análisis se compone por: Marco Teórico, Estado del Arte, Estudio de Mercado, Propuesta y Estudio Económico.

Las conclusiones que se han podido obtener de los resultados de la investigación han sido sorprendentes, como por ejemplo que a causa de los fenómenos demográficos acontecidos en Chile en el actual tiempo, en los inmediatos 30 años la suma de muertes anuales se doblará, haciendo progresar el mercado en observación al doble. Un mercado que hoy impulsa más de USD 256 millones al año. (Pallares, M, 2014).

## **1.2.- FUNDAMENTACION CIENTÍFICA**

### **1.2.1.- Fundamentación Filosófica**

Según el Filósofo prusiano (Kant, I, 1781) manifiesta que la fundamentación filosófica es el análisis de hechos y fenómenos bajo los distintivos de principios, sabidos, correctos y respaldados, bajo el juicio de la verdad y la conciencia.

(Castro, R, 2010) Su filosofía es que la cremación es un método más aséptico para la sociedad que ver el transcurso de putrefacción en una exhumación.

### **1.2.1.1- Conceptualización Servicio al cliente:**

Es importante considerar los resultados investigativos que se obtiene, interviene en el progreso económico de las empresas, para lo cual se basará en varios autores que justifique lo antedicho, entre las conceptualizaciones se detalla las siguientes:

Según la teoría de (Koenig, N, 1984), el servicio está formado por interacciones y actos, que son contactos sociales. El servicio no es solo un hecho intangible, es una interacción social entre el proveedor y el cliente; en el transcurso del tiempo (Philip, K, 1979) manifiesta que toda actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, son esencialmente impalpables. Su elaboración no está liada necesariamente a un producto físico.

Por otra parte (Juran, J, 1993) manifiesta que un servicio puede proveer a un consumidor, una disposición o a ambos. Servicio es un trabajo elaborado para otros, ya que en ellos se pueden compensar, acordadas necesidades de los clientes.

Para profundizar más sobre el tema el autor (Espeso & Havey, 1994) aporta que el servicio es un ambiente cara a cara en la que el cliente trata directamente con el vendedor.

Por lo tanto la investigación que va a ser producto de implementar de manera técnica y sistemática un modelo de servicio de cremación, en la ciudad de Riobamba se lo realizará minuciosamente dirigido a los clientes supuestos para que en un futuro cercano las empresas exequiales, luego análisis benéfico del desarrollo económico tomen en consideración que:

Los negocios pueden aplicar en una serie de diferentes modelos y planes. Todos ellos, sin embargo, ofrecen algo a canje de una indemnización dineraria.

Algunas empresas ofrecen productos. Otros ofrecen prestaciones de servicios. (Orwell, M, 2016).

Es importante al respecto dar a conocer lo que algunos autores nos explican sobre:

### **1.2.1.2.- Desarrollo económico local**

Muchas ubicaciones se acercan al desarrollo económico de modo más estratégico: intentan formar un perfil específico para crear ventajas competitivas locales (Europa & OCDE, 1998, 2000 y 2003).

### **1.2.1.3- Estrategias del desarrollo económico local**

Entonces, ¿cuál debe ser el concepto de estrategia cuando se habla de Desarrollo Económico Local? (Mintzberg, H, 1993) Distingue cinco conceptos de estrategia:

1. La estrategia como un plan: que adrede explique un curso de acción (hecho previamente y enunciado con determinación). (Mintzberg, H, 1993).
2. La estrategia como estratagema: tácticas para burlar a un rival o competidor. (Mintzberg, H, 1993).
3. La estrategia como patrón: estrategia conveniente de comportamiento, sea pensada o no lo sea (gradualmente los rumbos exitosos se ajustan con un patrón de operaciones que se transforman en nuestra estrategia). (Mintzberg, H, 1993).
4. La estrategia como posición: la estrategia es un intermedio para colocar a una organización en un mercado o ambiente competitivo (entraña buscar un nicho en determinado lugar). (Mintzberg, H, 1993).
5. La estrategia como perspectiva: la estrategia como un medio adaptado de crear el mundo (cultura, visión, carácter, ideología; la apariencia debe ser intervenida, debe

meditar con mucho cuidado la mente colectiva: individuos unidos por un pensamiento o comportamiento común). (Mintzberg, H, 1993).

#### **1.2.1.4.- La demanda**

Según datos registrados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010) el periodo de mortalidad en el año 2013 en la región Sierra registra el porcentaje más alto con defunciones certificadas con el 94,72%, siendo las provincias de mayor tasa de mortalidad las provincias de Cotopaxi, Chimborazo y Tungurahua están con un promedio de alrededor de cuatro muertes por cada 1 000 habitantes, igual que la tasa nacional, esta demanda presenta una tendencia a crecer en los próximos años.

Es así que la forma inmediata e imprevista para ofertar el servicio de cremación se vuelve una oportunidad en el mercado, en razón de que esta situación predispone de una demanda inducida por el oferente, ya que el consumo debe ser de manera inmediata.

Existen ocho estados de la demanda:

- 1.- Demanda negativa: Los clientes por la reprobación del producto inclusive están decididos a pagar para evitarlo.
- 2.- Demanda inexistente: Los consumidores no saben del producto o no les concierne.
- 3.- Demanda latente: Los consumidores participan una necesidad que ningún producto presente satisface.
- 4.- Demanda en declive: Se obtiene el producto con menor frecuencia o dejan de adquirir los consumidores.
- 5.- Demanda irregular: Esta vara según la estación, o bien, cada semana, en forma diaria, cada hora o incluso en cuestión de horas.
- 6.- Demanda completa: Los consumidores alcanzan legítimamente el volumen de productos que componen la oferta del mercado.
- 7.- Demanda excesiva: El número de consumidores que quiere obtener el producto es mayor al volumen de unidades prometidas
- 8.- Demanda indeseable: Los consumidores se estipulen atraídos por productos que encaminan consecuencias sociales indeseables. (Philip, K, 1979).

### **1.2.1.5.- La oferta**

Para (Cruz,K, 2001) "Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo."

### **1.2.1.6.- Estudio Financiero**

El estudio financiero tiene por propósito fijar cuál es el precio de los recursos económicos imprescindibles para la realización del plan, y los precios totales de ejercicio del proceso productivo y el valor de los ingresos que se quiere recoger en cada uno de los ciclos de vida útil. Los números que son explorados en los elementos del estudio financiero, son el efecto de los estudios anteriores de mercado, técnico y organizacional, los cuales van a ser utilizados para determinar la viabilidad económica de la investigación. (Pezo,H, 2005).

En el estudio financiero se desarrollara la parte financiera de la investigación, la misma que está relacionada a la inversión, costos, gastos e ingresos que las empresas requerirán para la implementación del servicio.

### **1.2.1.7.- Plan financiero**

Para (Villarán, K, 2009) el plan financiero para empresas en marcha, comienza identificando los datos, supuestos y políticos que girarán las proyecciones económicas y financieras de la empresa.

### **1.2.2.- Fundamentación Epistemológica.**

Es un grupo de texturas (nociones, definiciones y proposiciones) interrelacionados, que demuestran una apariencia sistemática de los fenómenos detallando las relaciones. (Miguélez, M, 2000) .

### **1.2.2.1.- Evolución de la Cremación**

#### **1.2.2.1.1.- Antigüedad**

Hacia el siglo VII A.C la incineración de los cadáveres reemplaza la inhumación. “El mundo de los muertos se ha separado del mundo de los vivos (la cremación ha roto los anexos del cadáver con la tierra)” (Vermant, P, 1914).

La inhumación como la cremación eran prácticas concurrentes desde el siglo VIII hasta el IV a.C. Como se sabe, la cremación fue la única práctica en tiempos de Homero.

En la Grecia del periodo Geométrico (Siglo IX-VIII a.C.) se practicaban ambas, aunque para los adultos era más frecuente la cremación. En el período helenístico predominó la inhumación al igual que en el período Protogeométrico seiscientos años antes.

Durante el Imperio Romano, la cremación sometió en la zona occidental, la más latina. (De Leòn, J, 2007).

En Europa hay marcas de cremaciones que vienen de los comienzos de la Edad del Bronce (2000 años a. C.) en la planicie panónica y a lo dilatado del Danubio medio. La tradición consiguió ser dominante en la Edad del Bronce con la Cultura de los Campos de Urnas (1300 a. C.). (Marie, J, 1970).

Los restos del cuerpo que subsiste tras la combustión deben ser cuidadosamente removidos con las cenizas y colocados al cabo de un tiempo variable en un momento funerario. La cremación y la inhumación de los huesos calcinados correspondían a las primeras y segundas exequias.

#### **1.2.2.1.2.- Edad Media**

En 1428 la Iglesia Católica desenterró los restos del traductor inglés John Wyclif (1320-1384) y lo cremó.

Posteriormente de la Segunda Guerra Mundial, los cuerpos de 12 hombres condenados por los crímenes hacia la humanidad en los Juicios de Núremberg, no fueron retornados a sus familiares, sino cremados.

En Japón, sin embargo, una edificación en mención de los criminales de guerra aniquilados, quienes asimismo fueron cremados, fue autorizado erigirla para confinar sus restos.

### **1.2.2.1.3.- Edad Moderna**

El movimiento moderno de cremación comenzó en 1873, con la manifestación de una cámara de cremación forjada por el catedrático paduano Brunetti en una exhibición en Viena.

El primero en Estados Unidos fue erigido por Julius LeMoyne en Pensilvania) en 1874. La segunda cremación en EE. UU, fue la de Charles F. Winslow, confirmada en Salt Lake City (Utah) en julio de 1877. Los primeros crematorios en Europa fueron fundados en 1878 en Gotha (Alemania) y en Woking (Inglaterra). La primera cremación en Gran Bretaña tuvo lugar el 26 de marzo de 1886 (ocho años posteriores de la edificación del crematorio) en Woking.

En 1963, el papa Paulo VI alzó la oposición a la cremación y en 1966, consintió a los sacerdotes católicos la viabilidad de celebrar en ceremonias de cremación.

La investigación se la fundamentó epistemológicamente, estuvo orientada a indagar, examinar, descubrir, discriminar y extraer conceptos de investigaciones ya efectuadas que se enfocan en la esencia misma de la conceptualización de cremación, con datos específicos realistas que tienen permanente interrelación logrando edificar conocimientos o procesos teóricos ante este tema que por medio de la ejemplificación de estas teorías aquí presentadas, se pueda demostrar que la cremación es una práctica antigua que ha tenido presencia en diferentes culturas, y de esta manera hacer entender a los vivos que se pretende construir una visión que permita poner en manifiesto el sentido de poder adquirir el servicio de cremación.

### **1.2.3.- Fundamentación Axiológica**

El término axiología fue empleado por primera vez por (Lapie, P, 1902) y posteriormente por (Hartmann, E, 1908). La reflexión evidente sobre de los valores, sin embargo, es anterior a la generalidad de axiología y puede registrarse a (Hume, D, 1751), quien se alarma primariamente por los valores morales y estéticos y transforma una teoría anti-metafísica y nominalista de los valores.

Se centrará en un estudio basado en la ética y la determinación de nuevas teorías administrativas, con valores fundamentados en considerar que sea o no valioso el estudio técnico de dicha investigación.

El hecho de la muerte es algo traumático, que según cada cultura provoca mayor o menor opresión, en estos momentos, su importancia social en la vida se mide en función del trauma que ha ocasionado la muerte, es así que la conexión, riqueza o poder coyunturales del núcleo familiar son valores que estos ligeramente irán variando dependiendo según la cultura pero estarán acompañados al acto de fenecer. (Vaquerizo, G, 2004).

De manera que el cambio cultural, en específico la cremación, al ser parte y resultado de este proceso, se entiende a través de historia social, cultural y espacial de dichas modificaciones (Comas, D, 2004).

Es así que a la cremación se la debe considerar como un fenómeno cultural, de esta manera la integración de este servicio de cremación en la ideología del consumo, el cadáver en si adquiere un valor económico y material transformándolo así en una mercancía fundamental para de esta manera poder producir para el desarrollo económica.

#### **1.2.3.1.- El cristianismo respecto a la cremación**

La Biblia es evidente con relación a la muerte y la mortalidad del cuerpo. Génesis 3:19 dice: "Con el sudor de tu rostro comerás el pan hasta que vuelvas a la tierra, porque de ella fuiste tomado; pues polvo eres, y al polvo volverás."

Siendo la cremación una práctica polémica dentro de la religión católica, actualmente ya se la está aceptando como una de las elecciones más apropiadas al momento de elegir el destino final de un ser amado.

En el año 1963, e inmediatamente después de aproximadamente un siglo de altercados adentro de la Iglesia Católica, el Papa Paulo VI dejó sin resultado la censura de la cremación entre los fieles consintiendo incluso que los sacerdotes puedan solemnizar estas ceremonias. Actualmente la interacción cultural contemporánea ha permitido que la cremación. (<http://www.redfuneraria.com/cremacion-o-entierro>, 1963).

Los primeros en defender la práctica de la cremación fueron de hecho los liberales nacionalistas italianos, a quienes en ocasiones se les prohibía realizar entierros en cementerios quienes fueron controlados por la iglesia, por lo que esta medida llevó a la cremación convirtiéndose en Italia un gesto anticlerical.

En la actualidad el obispo Wordsworth quedaría sorprendido ante la victoria de la cremación frente a la vehemencia universal de las denuncias presentadas. Es así que en el año 2000, el porcentaje de las cremaciones tiene un incremento del 70% de los funerales británicos y un 25% de los Estados Unidos, por lo que se parte de cero en el mundo cristiano en la década de 1860. (MacCulloch,D, 2009).

A través de los años, la decisión de que hacer después de la muerte han sido muchos los factores que ha determinado esta decisión tales como las creencias religiosas, la situación económica, la salud, el estatus social, etc., dentro de estas variedades se halla el debate del entierro junto al valor importante como el acompañamiento al cadáver presente, siendo la voluntad del fallecido o sus familiares la decisión del entierro o cremación.

#### **1.2.4.- Fundamentación Psicológica**

La muerte no solo se limita a un hecho físico sino que sus efectos en la sociedad son profundos y significativos para la cultura, es por esto que se representa proporcionándole un carácter único. La muerte tiene para la cognición social una

significación determinada y constituye un objeto de representación colectiva (Contreras,S, 1991).

Para los familiares en el momento de que hayan perdido a un ser querido deben considerar que la parte emocional y psicológica debe estar ligada a un sentimiento de ayuda, ante estos momentos difíciles y la comprensión es en sí una preparación psicológica para poder entender los momentos de dolor y tener flexibilidad ante esta situación de dolor.

Muchas personas son capaces de afrontar y realizar las cuatro tareas básicas del duelo.

1. La realidad es aceptada.
2. Se experimenta el dolor
3. Formas de aceptación al entorno sin el ser querido de forma interna y emocional
4. Recuerdo y reubicación del ser querido sin ayuda

#### **1.2.4.1.- Antropología, muerte y cremación**

Por ello, al ser estudiada desde la perspectiva antropológica, la muerte es un elemento que conforma la expresión cultural de un grupo humano teniendo en cuenta que su importancia radica en que posee su propio contenido significativo representado, entre otras cosas, a través de las costumbres funerarias que se encuentran relacionadas a los procesos sociales en los que se ve inmersa.

Tal es así, que la muerte como acontecimiento y la cremación del cuerpo como representación de la misma muerte, transmite mensajes, imágenes y acciones; haciendo del cuerpo un conjunto significativo en acción situado y desarrollado en un contexto histórico.

De esta manera, la cremación se transforma en el espacio con contenido simbólico, social y estético, en el que las relaciones sociales se integran y representan por medio de ideas y símbolos (Comas, D, 2004).

La cremación o incineración, es un tema que ha causado mucha controversia en el medio en el cual prevalecemos, para algunos autores “debe utilizarse siempre el término

de cremación-acción de quemar algo- y relegar en Arqueología el de incineración-acción de rebajar a cenizas-que debe durar para los argumentos en que se manejen hornos apropiados para reducir un cadáver a cenizas sin ninguna mezcla, como se realiza normalmente en hornos de combustión de gas (Gómez,B, 1996).

### **1.2.5.- Fundamentación Legal**

Toda empresa debe componerse bajo los mandatos de la Ley de Compañías. La investigación, está sometida dentro de las leyes instituidas, entre uno de los juicios instaurados en la Constitución Política de la República del Ecuador se localiza el más valioso deber del estado que radica en respetar y hacer respetar los derechos avalados en la misma, por eso en el Código Civil se descubre determinado que para todo trance público o privado debe constar la voluntad, es decir que no se puede efectuar en contra de la misma.

La ley orgánica de salud manifiesta en el Art.90 El otorgamiento de Permisos de Funcionamiento Sujetos a Vigilancia y control Sanitario Art. 6 dispone que el permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario como son cementerios, criptas, crematorios, morgues y sitios de conservación de cadáveres.

A continuación se detalla el marco legal al que se hace referencia, para la empresa y su mejora con fundamentación legalmente constituida en:

- Constitución de la república del Ecuador
- Código orgánico de la producción comercio e inversiones, COPCI
- Ley de Compañías

#### **1.2.5.1.- Constitución de la República**

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. (Asamblea, Constituyente, 2010)

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

#### **1.2.5.2.- Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales**

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.
2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.
3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.

#### **1.2.5.3.- El Régimen de desarrollo**

Art. 275.- Es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-cultural y ambiental, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay (Asamblea, Cosntituyente, 2008).

Art. 278.- Para la consecuencia del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

- 1 Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.
- 2 Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental (Asamblea, Cosntituyente, 2008).

Art. 278.- Para la consecuencia del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

- 1 Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.
- 2 Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental. (Asamblea, Cosntituyente, 2008).

#### **1.2.5.4.- Soberanía económica**

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine.

La economía popular y solidaria se regulara de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios. (Asamblea, Cosntituyente, 2008)

Art. 284.- (Asamblea, Cosntituyente, 2008) La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y la riqueza nacional.
2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.
3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética.
4. Promocionar la incorporación de valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.
5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.
6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.

7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenible en el tiempo.
8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.
9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable.

Podemos observar que la Constitución de la República del Ecuador en cuanto al Buen Vivir, se cumplirá quienes hacen empresas o actividades de producción encaminadas a la generación de la riqueza, bajo el amparo de un ordenamiento jurídico que concordado con el marco constitucional posibilite su crecimiento y fortalecimiento con reglas que permitan a los empresarios tener regla jurídica.

De esta manera, nos da énfasis que las empresas y/o microempresas (pymes) deberán realizar su propia actividad a fin de generar empleo e incrementar la actividad, toda vez que el objetivo no es más que simplificar los procesos de establecimiento y funcionamiento de los negocios con la finalidad de entregar incentivos a los emprendedores, en el marco del desarrollo de una economía justa y solidaria.

#### **1.2.5.5. Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, COPCI**

El Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI), es la normativa que rige a personas naturales y jurídicas que administran actividades productivas.

Art. 1. **Ámbito.-** Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional. El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada

por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. (Asamblea Nacional Constituyente, 2010).

Art. 2.- Actividad productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, sólidamente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyen actividades comerciales y otras que generen valor agregado. (Asamblea, Constituyente, 2010)

Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- Transformar la matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y en la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente;
- Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
- Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnología ambientalmente limpias y energías alternativas;
- Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplir con los derechos laborales;
- Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;
- Garantizar el ejercicio de los derechos de la producción a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza.
- Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicio, socialmente deseable y ambientalmente aceptables;
- Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;
- Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;

- Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados;
- Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico – institucional;
- Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;
- Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;
- Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;
- Fomentar las operaciones de comercio exterior;
- Facilitar las operaciones de comercio exterior;
- Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la Ley;
- Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas; el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades;
- Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente; y,
- Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica.

Por lo expuesto en los artículos, incluye temas relacionados a la protección productiva para las pequeñas empresas, condiciones especiales para atraer nuevas inversiones con el objetivo de reactivar la economía para generar empleo y su progreso.

#### **1.2.5.6. La Ley de Compañías en un marco jurídico**

Bajo el cual, para la constitución de una empresa, es necesario y relevante considerar la diversidad de clases que ampara dicho cuerpo legal; en el que hace referencia el detalle

de los órganos de control, el número de socios y accionistas, requisitos de constitución, el capital, la forma de administración, derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios.

#### **1.2.5.7.- Análisis legal**

Las normas que han estado hechas en los últimos años por el estado ecuatoriano se convierte en reglas que las empresas en este sector deberán hacer hincapié para brindar servicios de calidad, en las que se establezcan pautas a seguir que beneficiarán a todos los clientes que adquieran estos servicios.

Al establecer pautas del uso de los servicios exequiales permite distribuir adecuadamente las instalaciones y operatividad de estas empresas, quienes por seguridad deberán seguir las leyes y reglamentos expuestos por el estado, el no cumplimiento de estas leyes evitara que la empresa pueda realizar las actividades exequiales.

#### **1.2.5.8.- El estudio Legal y el Administrativo**

Hacen parte de los procesos primordiales que han de seguirse para la preparación, formulación, ejecución y evaluación de un proyecto de Inversión, escoltado por otros pasos indistintamente importantes como son: Los estudios de viabilidad comercial, técnica, de gestión, de impacto ambiental y financiera, los cuales generan información para adelantar el ciclo del proyecto y constituyen la fuente básica para cualquier tipo de sistematización que apoye la toma de decisiones con respecto al proyecto. (Estudio Legal , 2010).

Art. 7.- Toda persona, sin discriminación por motivo alguno, tiene en relación a la salud, los siguientes derechos:

d) Respeto a su dignidad, autonomía, privacidad e intimidad; a su cultura, sus prácticas y usos culturales; así como a sus derechos sexuales y reproductivos; en el capítulo II de la disposición y manejo de cadáveres se menciona en los:

Art. 87.- La instalación, construcción y mantenimiento de cementerios, criptas, crematorios, morgues o sitios de conservación de cadáveres, lo podrán hacer entidades públicas y privadas, para lo cual se dará cumplimiento a las normas establecidas en esta Ley.

Art. 90.- No se podrá proceder a la inhumación o cremación de un cadáver sin que se cuente con el certificado médico que confirme la defunción y establezca sus posibles causas, de acuerdo a su diagnóstico. Esta responsabilidad corresponde a los cementerios o crematorios según el caso.

Art. 91.- La exhumación para efectos legales podrá practicarse en cualquier tiempo por orden de autoridad competente.

### **1.3.- FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

Para poder apoyar el presente estudio, es necesario tener en cuenta las principales teorías acerca de los temas relacionados con:

#### **1.3.1.- Producto y/o Servicio**

Los negocios pueden operar en una serie de diferentes modelos y planes. Todos ellos, sin embargo, brindan algo a cambio de una indemnización dineraria. Algunas empresas ofrecen productos. Otros dan prestaciones de servicios. (Orwell, M, 2016).

“Acción de servir, Merito que hace sirviendo al estado o a otra entidad o persona. Organización y personal destinados a cuidar interés o satisfacer necesidades del público o alguna entidad” (Sopena, Nuevo Diccionario Ilustrado, 1980).

“En términos simples los servicios son acciones, procesos y ejecuciones”. (Valerie & Jo, 2002).

Cualquier diligencia o cortesía que una parte brinda a otra y que es esencialmente intangible y no tiene como consecuencia la propiedad de algo. (Kloter & Armstrong, 2001).

A través de estas conceptualizaciones se lo define al servicio como un elemento tangible e intangible que busca satisfacer las necesidades de los usuarios.

Para (Mejia, M, 2009) “Es la sensación buena o mala que tiene un receptor cuando está con el prestador del servicio”. La propia autora lo precisa como: “Conjunto de actividades interrelacionadas que brinda un suministrador, con el fin de que el cliente consiga el producto en el instante y lugar apropiado, y se asegure un empleo correcto del mismo.

Para lo cual es necesario conocer la definición de servicio al cliente y otras conceptualizaciones adicionales que se detallan:

### **1.3.2.- Servicio al cliente:**

El servicio al cliente involucra actividades alineadas a una tarea. Que no sean la venta proactiva, que encierra interacciones con los clientes en persona, a través de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar obteniendo en mente dos objetivos: la complacencia del cliente y la eficacia operacional.” (Lovelock, C, 1997).

Servicio al cliente: velocidad y confianza con la que una organización puede suministrar lo que piden los clientes. (Snell,B, 2000).

“El servicio al cliente es como una cadena con muchos eslabones, donde todos tienen que estar en perfecto estado para que el resultado sea un servicio de calidad”. (García,F, 2006).

El servicio al cliente tiene como función ejecutar tareas, que sean destinadas a la compra o mantenimiento de un bien.

### **1.3.3.- Cliente:**

Persona que se encuentra bajo la protección o tutela de otra. En relación del que ejercita una profesión, persona que maneja sus servicios. (Sopena, Nuevo Diccionario Ilustrado, 1980).

Es la persona o empresa que recibe un bien, servicio, producto o idea, en canje de dinero u otro artículo de valor. (Philip K, 2007).

“Razón de ser de toda organización. Sin clientes no hay empresas.” Según la (Koninklijke,T, 2009) considera al cliente como “el comprador potencial o real de los productos o servicios”.

Por lo tanto el cliente es la persona motor que decide de manera voluntaria, adquirir u obtener un producto sea este bien o servicio sintiéndose satisfecho de lo que recibe para su beneficio.

### **1.3.4.- Calidad del servicio:**

Satisfacción de las necesidades y expectativas del consumidor o, expresado en palabras, como aptitud de uso. (Moses,J, 2008).

¿Qué puede hacer las organizaciones para alcanzar una de las más significativas dimensiones de la superioridad de la clase mundial: la gran calidad en el servicio? (Snell, B, 2009).

Por lo que eficacia de servicio es la actividad que responde ante la necesidad de dar cumplimiento con la satisfacción del cliente.

La calidad en el servicio obtiene contexto en la clarividencia, al considerar a esta como una ambición más que la percepción, ya que esta última involucraría un pensamiento y análisis anterior. (Leonard & Bennet C, 1989).

Para una buena calidad del servicio, es necesario considerar las cinco dimensiones globales que servirán de guía para la mejora continua de las organizaciones:

**Tangibilidad**, es la parte perceptible de la oferta del servicio. Intervienen en las ideas acerca de la calidad del servicio de dos modos; primero brindan pistas sobre la naturaleza y calidad del servicio, segundo afectan directamente las percepciones sobre la calidad del servicio (Leonard & Bennet C, 1989).

**Confiabilidad**, significa ejecutar la promesa de servicio de una forma precisa y segura. Dicho en otros términos significa conservar su promesa de servicio. Tiempo de contestación, es la prisa para servir, es la voluntad para contemplar a los clientes pronto y eficientemente. (Leonard & Bennet C, 1989).

**El tiempo** de respuesta involucra demostrar al consumidor que se valora su preferencia y se anhela conservarla. Seguridad (confianza), se describe como la actitud y aptitud del personal que armonizadas infundan confianza en los clientes. Cuando los clientes frecuentan a distribuidores de servicios que son atractivos y que tienen conocimiento, se les vigoriza a seguir siendo clientes de esa organización. (Leonard & Bennet C, 1989).

**La seguridad** viene de situar a la gente apropiada en el puesto apropiado. (Leonard & Bennet C, 1989).

**Empatía**, va más allá de la educación profesional. Es la dedicación al cliente, la voluntad de concebir las necesidades puntuales del cliente y localizar la manera correcta de satisfacerlas. (Leonard & Bennet C, 1989).

Las empresas al considerar estas dimensiones globales, será el punto de partida para poder lograr el éxito ofreciendo un servicio de excelencia, logrando la satisfacción de los clientes internos y la adecuada y óptima fidelidad de los clientes externos.

### Cuadro No.1. 1 Medidas para mejorar la atención al cliente

Aporte de recursos	Se debe entregar todos los medios adecuados con el fin de que el personal pueda identificar y eliminar libremente los obstáculos que impidan mejoras la calidad del servicio.
Favorecimiento del ambiente participativo	Los empleados deben integrarse al objetivo común y mejorar la comunicación que pueda facilitar el trabajo en equipo, el reconocimiento individual y las sugerencias de mejora.
Formación	Implementar la formación continua para conseguir una plantilla de personal altamente calificado.
Fomentar la mejora continua	Se debe considerar como objetivo permanente a la mejora continua de calidad, esto aumentará la calidad que perciba los clientes.
Superación de expectativas	Conseguir la satisfacción del cliente respondiendo a las exigencias y expectativas constantes.
Prevención de errores	Las desconformidades que se susciten se las debe corregir y poner énfasis en prever para evitar la repetición
Ética	Trabajar con la más estricta ética profesional
Cumplimiento legal	Cumplir con exactitud la legislación y normativa aplicable

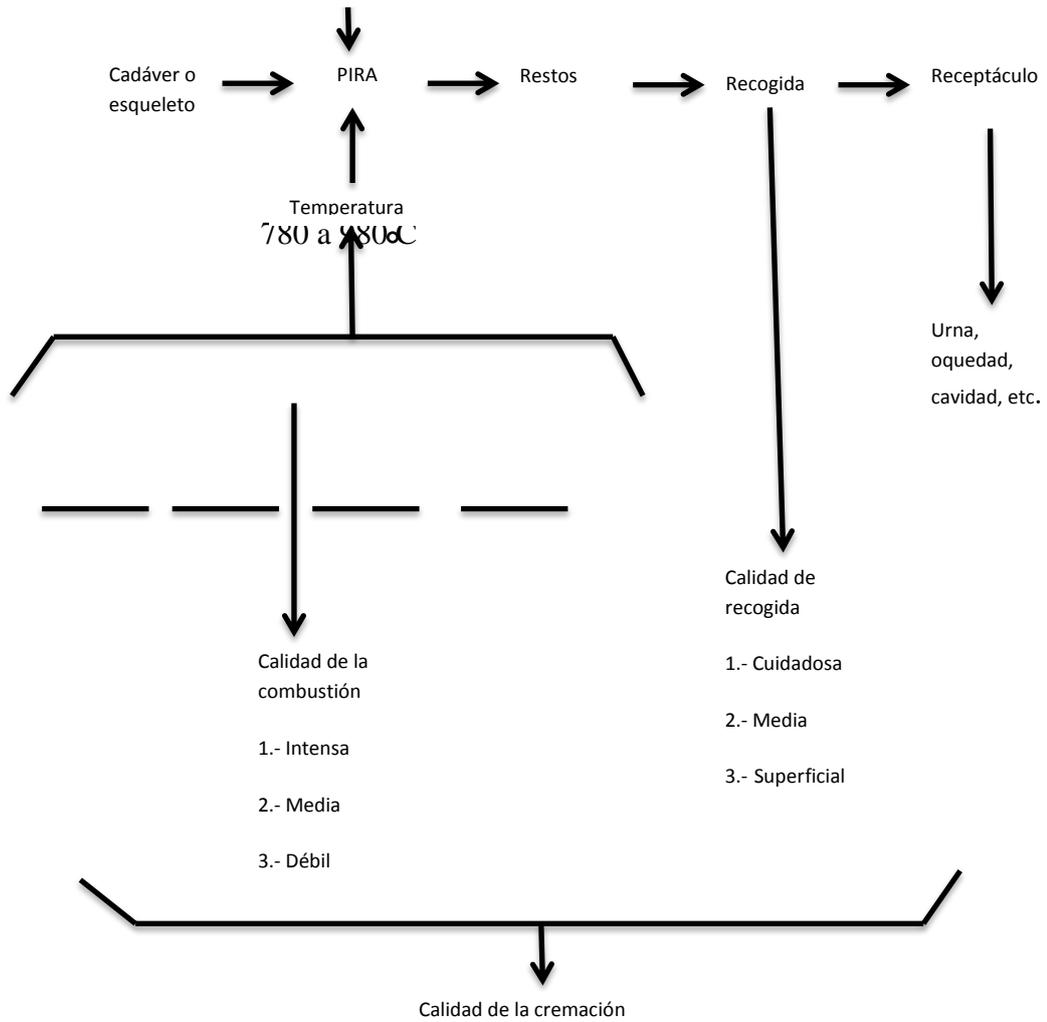
**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera.

**Fuente:** (Vértice, 2010)

#### 1.3.5.- Cremación:

Siendo el método más higiénico y racional, que devuelve los elementos a la condición requerida, sin que pudiera ocurrir alguna situación desagradable y objetable del proceso antihigiénico y malsano como es el método de enterrar a los muertos (Heindel,M, 2006)

**Gráfico No.1. 1 Esquema de cremación calidad del servicio**



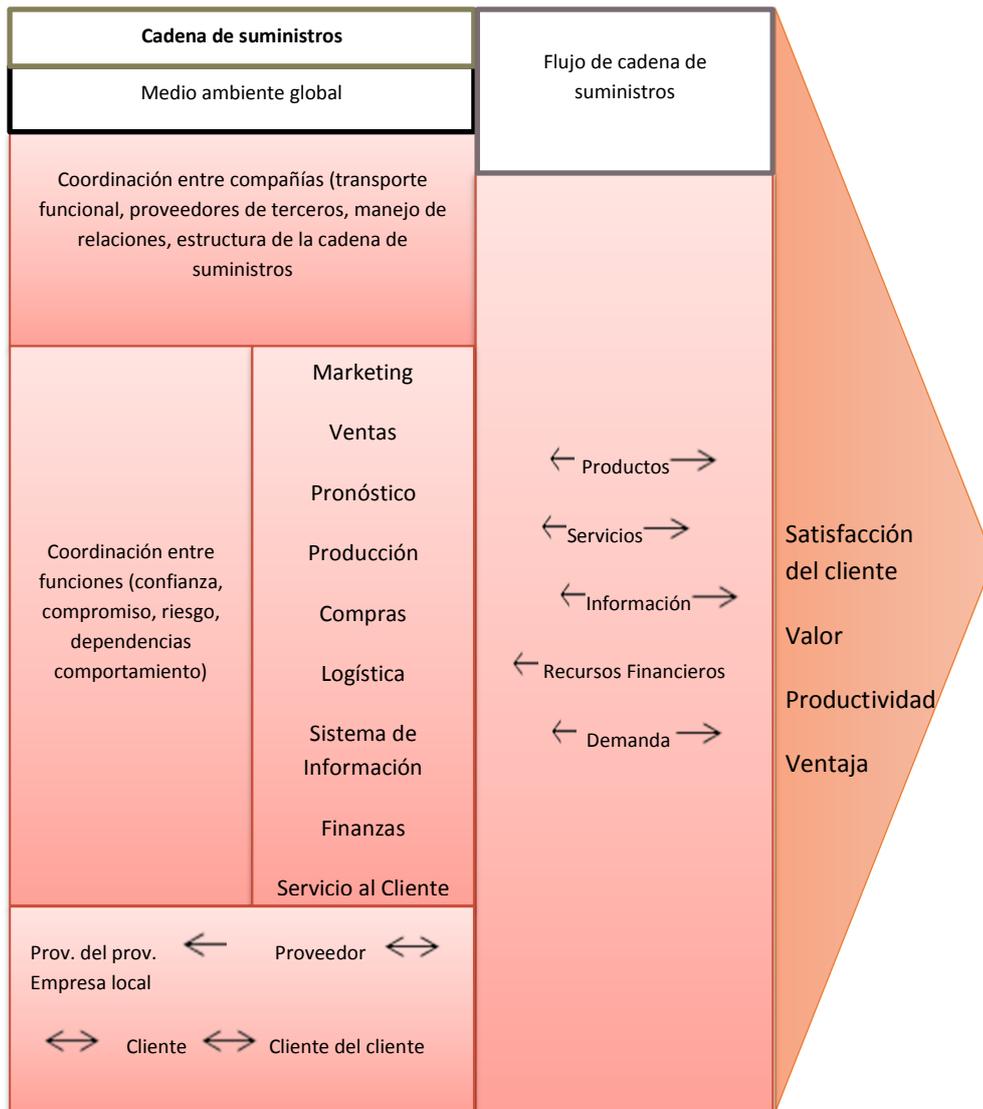
**Elaborado por:** Verónica del Carmen Sa

**Fuente:** (Gómez, F, 1996).

### 1.3.6.- Logística de un negocio

Los bienes y servicios se los lleva adecuadamente al lugar correcto, en el momento específico y en las condiciones deseadas, al mismo tiempo se obtiene la mayor contribución de la empresa. (Ballou,R, 2004)

**Gráfico No.1. 2 Modelo de dirección de Cadena de Suministros**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** (Ballou,R, 2004)

### 1.3.7.- Estudio de Mercado

Esta herramienta es la que nos admite obtener de manera fácil los datos y resultados necesarios con la finalidad de poder analizarlos, para procesar dicha información mediante herramientas estadísticas y de esta manera poder determinar la factibilidad o a su vez la negación, de un producto o servicio en el mercado.

Según (Urquijo & Bonilla , 2008) es una investigación, mediante encuesteo y procesamiento estadístico, que se lleva a cabo que ayudan a la interpretación de los datos y consecuentemente, a la elaboración del tabulador.

### **1.3.8.- Mercado:**

Es el medio social o visual que propicia los estándares necesarios para realizar el intercambio de bienes y servicios.

Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto, el tamaño depende del número de personas que requieren de una necesidad, contando con los recursos necesarios para dar paso al intercambio y están dispuestos a ofrecer dichos recursos a cambio de lo que se desea adquirir. (Kloter & Armstrong, 2001).

### **1.3.9.- Plan de Marketing:**

Es la herramienta de gestión que utiliza las empresas dirigida al mercado competitivo. (Vértice , 2008) Es el conjunto de acciones necesarias para poder transformar el poder de compra en demanda efectiva de bienes y servicios.

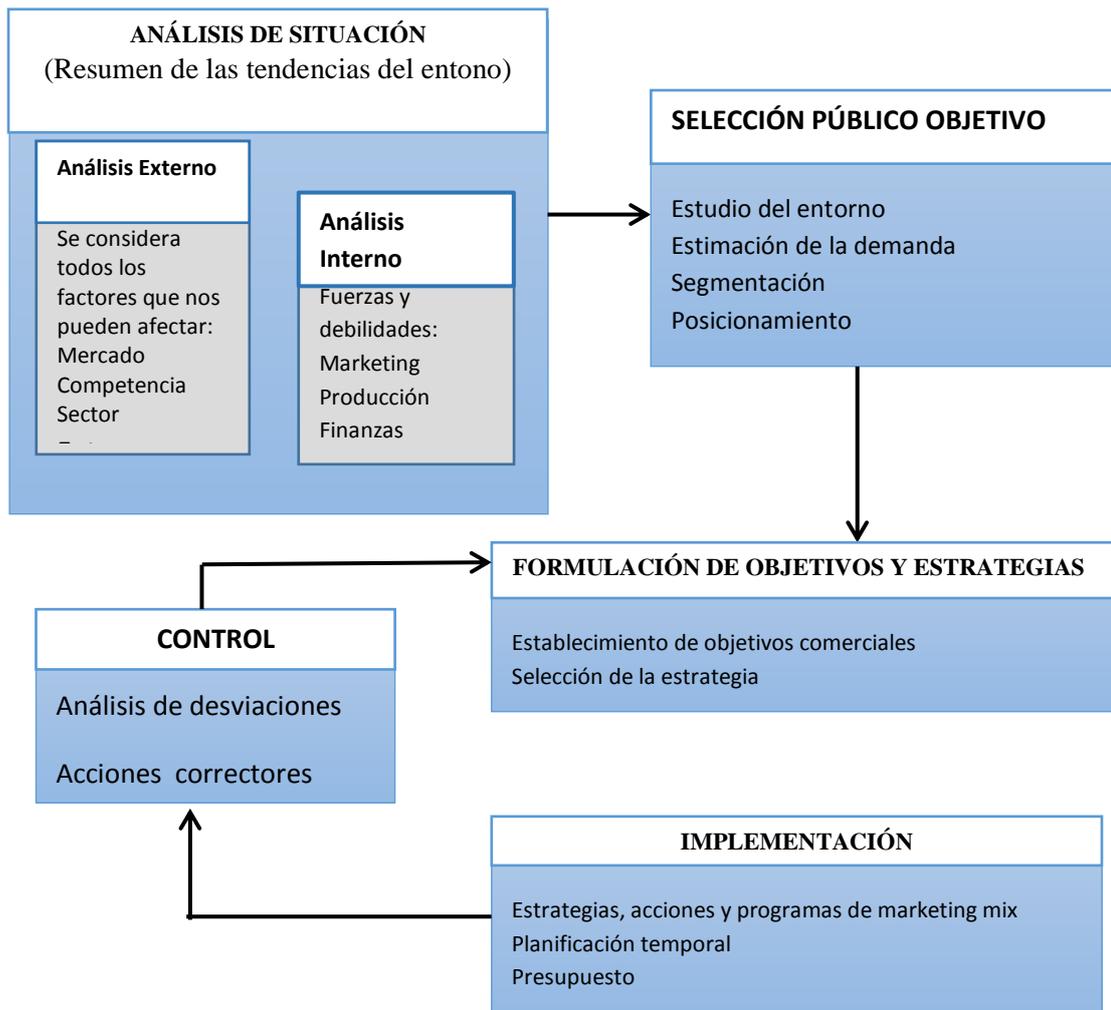
Plan de marketing es una serie de políticas, que permitan implementas y alcanzar los objetivos establecidos por la organización, así como su misión. (Monteferrer, 2013).

El plan de marketing es el proceso diseñado en el cual da la información acerca de un producto o servicio para satisfacer la necesidad de los usuarios. Utilizando como estrategia la identificación del mercado meta, las herramientas y métodos. (Balanco, 2007).

El plan de marketing es indispensable para el buen funcionamiento de la empresa y la comercialización rentable y adecuada de cualquier producto o servicio. (Cohen, W, 2008).

El plan de marketing define en si la misión y los objetivos generales que desea cumplir la empresa. El papel en si del plan de marketing supone el desarrollo secuencial de un proceso, una serie de fases que conllevan al objetivo final de construir relaciones fuertes y rentables para la empresa. (Belen & Sellers R, 2010).

**Gráfico No.1. 3 Fases de un plan de marketing**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** (Monferrer, 2013)

### 1.3.10.- Financiamiento:

Son los recursos monetarios financieros los mismos que se destinan para llevar a cabo una actividad con o sin fines de lucro.

### 1.3.11.- Plan Financiero

La estrategia guía el proceso de planeación financiera establecido directrices globales de desarrollo de negocio y metas de crecimiento. (Merton, 2009).

Para (La Fuente, M, 1990) la planificación financiera no podemos considerarla como una función apartada e independiente del resto de las planificaciones de la empresa.

## **CAPÍTULO II**

### **2.- METODOLOGÍA**

#### **2.1.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación alega a un bosquejo no experimental; pues no se manipula deliberadamente ninguna de las variables de estudio Según (Hernández, R, 2010) los tipos de investigación que se van a utilizar en el siguiente trabajo se lo realizó bajo la modalidad de diseño y elaboración de un servicio, el mismo que contará con las metodología de investigación exploratorio, descriptivo y propositivo.

**2.1.1.- Diseño Exploratorio.-** Es la familiarización como un tema novedoso, ignorado o muy escasamente estudiado. Es el punto de inicio para estudios siguientes de notable profundidad.

**2.1.2.-Diseño Descriptivo.-** con éste podemos analizar cómo es y cómo se muestra un fenómeno y sus elementos, fundamentalmente a través de medición de uno o más de sus propiedades.

**2.1.3.-Diseño Propositivo.-** Paradigma propositivo, Este paradigma sale como una opción de superación a la perspectiva tradicionalista y tecnocrática del Positivismo, en función al aporte de algunos científicos y pensadores de los últimos tiempos, como (Marx & Vigotsky, 2005).

#### **2.2.- TIPO DE LA INVESTIGACIÓN**

**2.2.1.- Cualitativa:** Es un procedimiento de investigación usado en diversas disciplinas académicas, generalmente en las ciencias sociales, sino también dentro de la investigación de mercados y argumentos posteriores. Los investigadores cualitativos apalean por objeto congregan un discernimiento profundo del comportamiento humano y las razones que gobiernan tal comportamiento (<http://www.tiposdeinvestigación.com/>, 2011).

**2.2.2.- Investigación de Campo:** Es la investigación destinada para dilucidar y enmendar alguna situación, problema o necesidad en un instante determinado. Las indagaciones son trabajadas en una situación natural en el que quedan presentes las personas, grupos y organizaciones científicas las cuales desempeñan el papel de ser el origen de datos para ser examinados. (<http://www.tiposdeinvestigación.com/>, 2011)

## **2.3.- MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1.- Método inductivo**

El cual permitiría pasar de lo particular a lo general y resolver así los problemas que se presentan (Chá, A, 2002).

Este método se encarga de la creación de leyes a partir de la observación de los hechos, el investigador se faculta en realizar una especie de generalidades (Victor & Marúm E, 2006), analizando la muestra que la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba, para lo cual se considerará quienes van a ser los posibles clientes que harán uso del servicio de cremación que ofrezcan las empresas exequiales ante la muerte de un ser querido.

### **2.3.2.- Método deductivo**

Consta de las siguientes etapas:

- Del fenómeno que se va a analizar se debe determinar el hecho más importante
- Para poder dar lugar al fenómeno deduce las relaciones constantes de la naturaleza uniforme
- Se formula la hipótesis con base a las deducciones anteriores
- Se comprueba la realidad de la hipótesis
- Se deduce leyes con los procesos anteriores (Rodríguez,E, 2003).

Es el razonamiento que lleva desde lo individual a lo general de un fragmento a un todo, se fundamenta en la observación, comparación, generalización, abstracción y experimentación. En la investigación se propone establecer un servicio de creación para

que la población pueda acceder de manera directa con las empresas exequiales que existen en la ciudad de Riobamba que van a ser benefactores del estudio realizado con el fin de establecer el desarrollo económico que conlleve.

El método deductivo inicia de elementos componentes del capital intelectual señalados a priori, con la finalidad de poder ir desarrollando los diferentes niveles de activos intangibles hasta llegar a los indicadores. (Los Santos, I, 2007)

### **2.3.3.- TIPO DE ESTUDIO:**

Responde a un tipo de estudio de corte transversal porque se investigó en un tiempo determinado.

## **2.4.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS**

La técnica más relevante para este tipo de investigación será la recolección de dato a través de la encuesta con su respectivo instrumento que es el cuestionario.

### **2.4.1.- Encuesta:**

Se dedica a personas numerosas y dispas, es un estudio de observación donde el investigador recopila datos por medio del cuestionario que es el instrumento prediseñado para la investigación, el mismo que con las preguntas normalizadas se dirige a la muestra representativa de la población para obtener información, opinión y datos específicos.

En general, es aplicable a esta clase de investigaciones para ello el investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo al tipo de investigación que este aplicando, y sobre todo considerar el nivel de educación que posea el encuestado.

Instrumento que consta de dieciséis preguntas; 11 de tipo dicotómico, 5 responden a una escala Likert con tres o cuatro opciones de respuesta.

## 2.5.- POBLACIÓN Y MUESTRA

Con el fin de analizar el comportamiento del mercado al cual se quiere captar, se va a proceder a identificar la población y muestra la cual se detalla a continuación:

La población estuvo compuesta de 86596 personas que pertenecen a la PEA., por medio de la fórmula adecuada se llega a establecer una muestra probabilística de 383 individuos, instituciones unidades o elementos que se investigaran. (José, Alvarez Roman, 2011).

**Cuadro No.2. 1 Población y muestra**

<b>Población – Dinámica demográfica</b>	<b>Habitantes</b>
<b>Población total de Riobamba</b>	225741
<b>Población del sector Urbano</b>	146281(64.8%)
<b>Población económicamente activa</b>	79870(54.6%)
<b>Población Económicamente activa (Proyección al 2015- TCA-Riobamba 1.63%)</b>	86.596
<b>Total de la muestra</b>	383

Elaborado por: Verónica del Carmen Salas Cabrera

Fuente: (<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-en-cifras/#>, 2010)

La población que se utilizará en la presente investigación será la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba, con un total de 86.596 habitantes, datos establecidos según las proyecciones (<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-en-cifras/#>, 2010) INEC año 2015.

Para el cálculo de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N-1)E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$= \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (86596)}{(86596 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

**n**

$$n = \frac{83166,798}{217,4479}$$

**n=**

**383 habitantes**

**Dónde:**

**n** = Tamaño de la muestra.

**N** = Universo de estudio

**Z** = Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95% (1,96)

**P** = 50% probabilidad de éxito, en este caso "p" representa la probabilidad que el servicio sea demandado por la población objetivo.

**Q** = 50% Probabilidad de fracaso.

**E** = (5%) error de estimación.

De acuerdo a la tabla normal, el valor "Z" incorporado a un grado de confianza del 95% es de 1,96.

Al no contar con indagación previa, como muestra la encuesta piloto, arroja las probabilidades de que los consumidores potenciales compren este servicio, sea del 50%, mientras que la probabilidad de fracaso "q" sea el otro 50%.

Por otra parte el margen de error máximo permisible es del 5%. Resumiendo:

**Z** = 1,96

**E** = 0,05

**p** = 0,50

**q** = 0,50

**n** = 86.596 habitantes PEA

Las encuestas serán realizadas en sectores donde convergen el comercio y el esparcimiento, es decir el centro y norte de la ciudad.

## **2.6.- PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Con el fin de poder analizar los resultados se diseñaron tablas de frecuencias, gráficos, cálculos de medidas estadísticas, de esta manera se pudo interpretar la información relacionada a la investigación planteando los objetivos propuestos e hipótesis.

## **2.7.- HIPÓTESIS**

### **2.7.1- Hipótesis general**

La implementación de un Modelo para el Diseño de Servicio de Cremación incidirá en el desarrollo económico de las empresas exequiales de la ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo en el periodo 2015-2016”.

### **2.7.2.- Hipótesis Especificas**

- El realizar un estudio de la demanda determinará la implementación del servicio de cremación.
- El desarrollar un estudio técnico de estrategias de financiamiento, podrá implementar la factibilidad del servicio a nivel local.
- El analizar el impacto del desarrollo económico obtendrá resultados favorables ante el servicio de cremación.

## **CAPÍTULO III**

### **3.- LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS**

#### **3.1.- TEMA**

Diseño del modelo de servicio de cremación y su incidencia en el desarrollo económico de las empresas exequiales de la Ciudad de Riobamba.

#### **3.2.- PRESENTACIÓN**

Al implementar un modelo de servicio de cremación en las empresas exequiales de la ciudad de Riobamba, influye en algunos aspectos importantes para el desarrollo económico, modernización, actualización cultural y mejora en la calidad del servicio.

De esta manera las empresas exequiales formaran parte del adelanto y avance del entorno, dando una imagen de progreso; ante una situación que conllevan a tomar una decisión al momento de encontrarse en un profundo sentimiento de dolor.

La aplicación de este análisis se da en varios campos: entrevista a la ciudadanía, expectativas de desarrollo empresarial, cambio cultural, expectativas a futuro.

#### **3.3.- OBJETIVOS**

##### **3.3.1.- Objetivo general**

Analizar como la implementación de un modelo para el diseño de servicio de cremación incide en el desarrollo económico de las empresas exequiales de la ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo.

##### **3.3.2.- Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de la demanda para la implementación del servicio de cremación.

- Desarrollar un estudio técnico de estrategias de financiamiento, para implementar la factibilidad del servicio a nivel local.
- Evidenciar el impacto del desarrollo económico de las empresas de servicios exequiales ante el servicio de cremación.

### **3.4.- FUNDAMENTACIÓN**

Servicio es el grupo de exposiciones que el cliente espera además del servicio básico consecuentemente del precio, la imagen, y la reputación del mismo. (Vértice, 2010)

Una mejor calidad en el servicio entregado y la percepción de los clientes ante la atención recibida hace que incremente el nivel de satisfacción con relación a la oferta que da la empresa y produce una satisfacción de compra que es favorable para la fidelización de los productos o servicios (www.ideaspropiaseditorial.com, 2007)

El servicio que se recibe debe convertirse en un elemento que lo diferenciado de la empresa.

La calidad del servicio es una estrategia y cualidad más difícil de copiar o imitar.

Las empresas perfilan su atención hacia las necesidades y expectativas del cliente y como satisfacerlas, a través del logro de uno de los objetivos como es el desarrollo empresarial.

### **3.5.- CONTENIDO**

Se lo realiza en diferentes etapas y estas son

- Diagnóstico de aceptación a la prestación de servicios de cremación en relación a las empresas que brindan el servicio exequial en la ciudad de Riobamba mediante la aplicación de la encuesta.

- Adecuación y aplicación del diseño de servicio de cremación en las empresas exequiales de la ciudad de Riobamba.
- Resultados del test para el diseño del servicio de cremación en las empresas de servicios exequiales y de la encuesta a la muestra de población económicamente de la ciudad de Riobamba.
- Priorización de aspectos y elaboración del diseño de servicio de cremación con la intervención de los aspectos positivos para las empresas de la ciudad de Riobamba.

### **3.6.- OPERATIVIDAD**

Las Empresas que representan para implementar el modelo de servicio de cremación se encuentran ubicadas en la ciudad de Riobamba, quienes se dedican a la prestación de servicios exequiales.

Se sabe que a través de investigaciones de campo que se ha realizado, en la Ciudad de Riobamba, no existe una empresa funeraria con servicio directo de cremación.

A partir de este hecho, se decidió gestionar para las empresas un modelo de servicio crematorio siendo una excelente y factible idea, ya que la Isla año con año crece poblacionalmente y el servicio de este tipo siempre es necesaria, aún más cuando no existe.

## CAPÍTULO IV

### 4.- EXPOSICIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 1.- ¿Conoce Usted sobre el servicio de cremación?

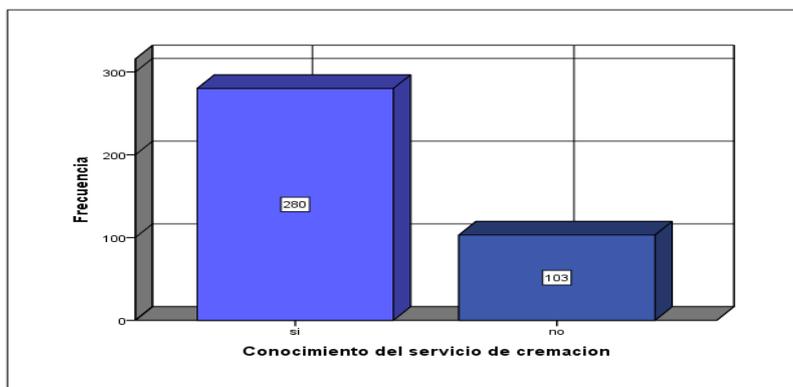
**Cuadro No.4. 1 Conocimiento del Servicio de Cremación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido si	280	73,1	73,1	73,1
no	103	26,9	26,9	100,0
Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba.

**Gráfico No.4. 1 Conocimiento del Servicio de Cremación**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.1

**Análisis:** De la muestra; 280 personas que corresponden al 73,1% dicen tener conocimiento de lo que es el servicio de cremación; mientras, que 103 personas que corresponden al 26,9 consideran no tener conocimiento del servicio motivo de la investigación.

**Interpretación:** De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta la mayoría de personas conocen esta forma de servicio, por lo que es una oportunidad para mejora de las empresas exequiales.

## 2- ¿Le gustaría tener asesoramiento sobre el servicio de cremación?

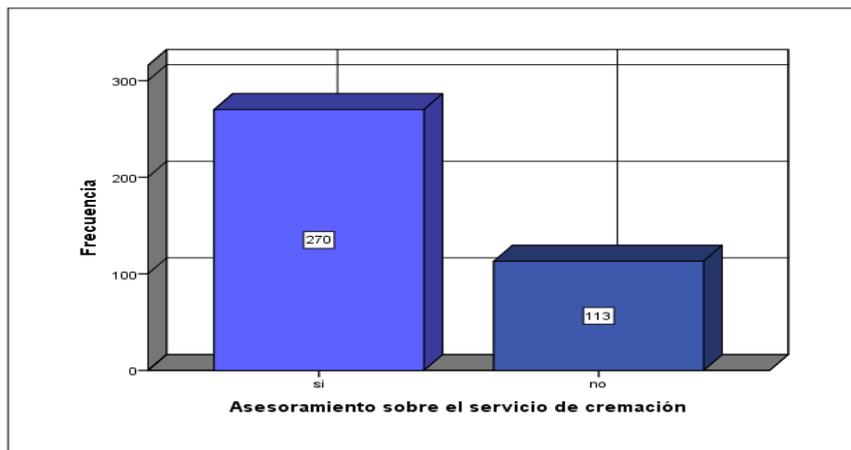
**Cuadro No.4. 2 Asesoramiento sobre el servicio de cremación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido si	270	70,5	70,5	70,5
no	113	29,5	29,5	100,0
Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba.

**Gráfico No.4. 2 Asesoramiento sobre el servicio de cremación**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.2

**Análisis:** De la población económicamente activa que se le aplicó la encuesta; 270 personas que corresponden al 70,5% consideran necesario obtener asesoramiento de lo que es el servicio de cremación; mientras, que 113 personas que corresponden al 29,5 consideran que no es necesario tener asesoramiento del servicio.

**Interpretación:** De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta como la mayoría de personas consideran adecuado obtener asesoramiento del servicio de cremación, se recomienda emprender canales de comunicación sobre este servicio.

### 3.- ¿Conoce usted que el servicio de cremación tiene un impacto positivo en el medio ambiente?

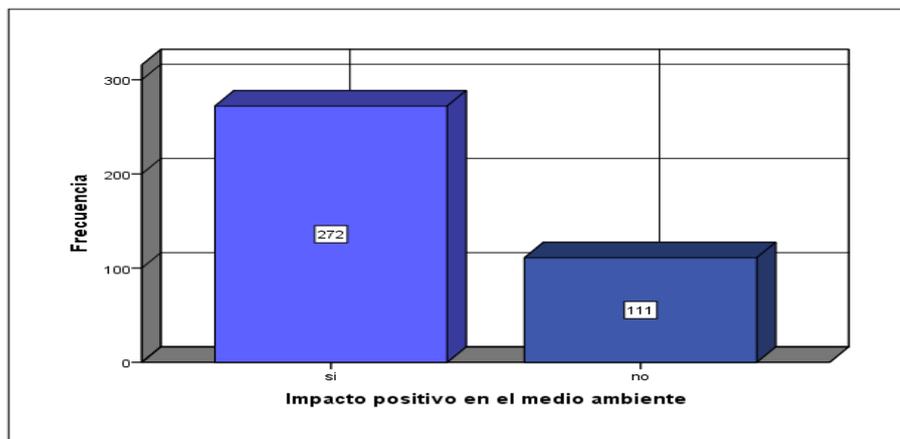
**Cuadro No.4. 3 Impacto positivo en el medio ambiente**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	272	71,0	71,0	71,0
	no	111	29,0	29,0	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba.

**Gráfico No.4. 3 Impacto positivo en el medio ambiente**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.3

**Análisis:** De las personas que contestaron a la encuesta; 272 personas que corresponden al 71% consideran conocer que el servicio de cremación tiene un impacto positivo en el medio ambiente; mientras, que 111 personas que corresponden al 29 consideran no conocer que este servicio tiene un impacto positivo con el medio ambiente.

**Interpretación:** Los datos de la encuesta reflejan que el discernimiento del impacto es positivo del servicio frente al medio ambiente, en su gran mayoría conocen sobre el tema por lo que el margen de oportunidad de las empresas exequiales es elevado y concientizar a la población que puedan acceder al servicio de la Ciudad de Riobamba.

#### 4.- ¿Le gustaría que en la ciudad de Riobamba brinden el servicio de cremación?

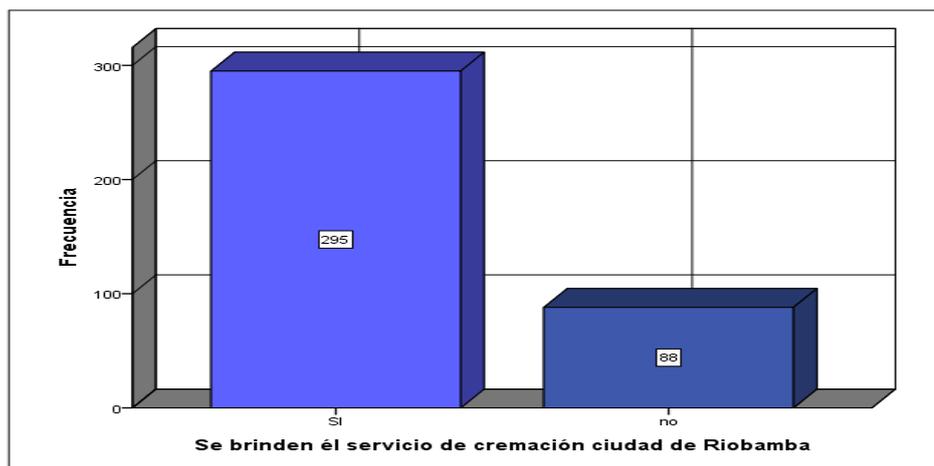
**Cuadro No.4. 4 Ciudad de Riobamba brinden el servicio de cremación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	295	77,0	77,0	77,0
no	88	23,0	23,0	100,0
Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 4 Ciudad de Riobamba brinden el servicio de cremación**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.4

**Análisis:** A 295 personas que corresponden al 77% consideran que les gustaría que este servicio se brinde en la ciudad de Riobamba aunque 88 personas que corresponde al 23% indican que no les gustaría este servicio en la ciudad.

**Interpretación:** Por los datos arrojados en la encuesta de acuerdo a los datos obtenidos la mayoría de personas le agrada que este servicio se brinde en la ciudad de Riobamba, por lo que se recomienda que se incluya en los objetivos la aplicación y diseño del modelo a plantearse del servicio de cremación en las empresas exequiales.

## 5.- ¿Sabía usted que el servicio de cremación es aceptado por el cristianismo?

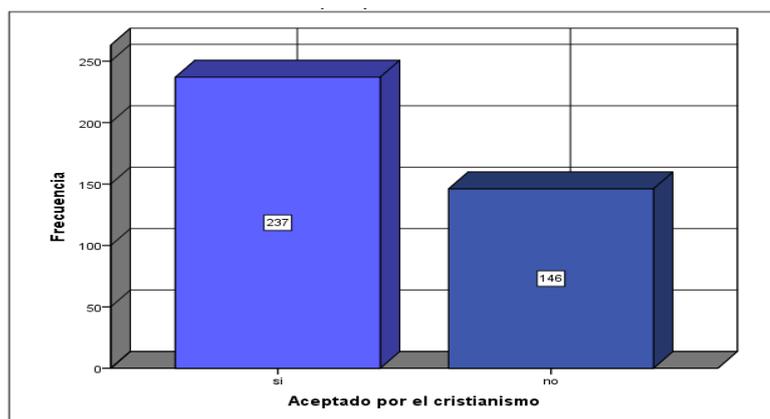
**Cuadro No.4. 5 Aceptado por el cristianismo**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido si	237	61,9	61,9	61,9
no	146	38,1	38,1	100,0
Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 5 Aceptado por el cristianismo**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.5

**Análisis:** Los datos de este ítem refleja que; 237 personas que corresponden al 63,9% dicen conocer que esta práctica exequial está aceptada con el credo cristiano; mientras, que 146 personas que corresponden al 38,1% consideran que esta práctica no está aceptada por el cristianismo.

**Interpretación:** La recomendación a plantearse de acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta con una cantidad muy considerable que conoce la aceptación del servicio por la religión cristiana, es importante actualizar cambios que permitan dar paso a la modernización a través de la aplicación de tecnología adecuada como son los hornos de cremación.

**6.- ¿Recomendaría usted el servicio de cremación como una opción exequial en las funerarias de la ciudad de Riobamba?**

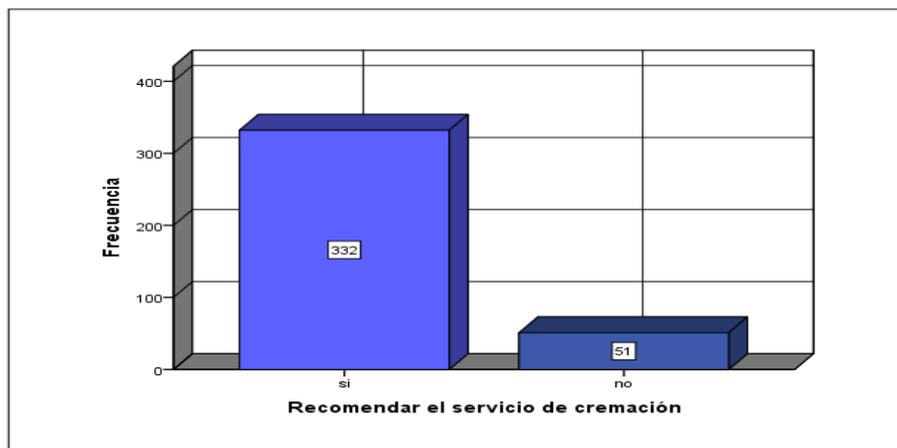
**Cuadro No.4. 6 Recomendaría servicio exequial de la cremación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido si	332	86,7	86,7	86,7
no	51	13,3	13,3	100,0
Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 6 Recomendaría servicio exequial de la cremación**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.6

**Análisis:** 332 personas que corresponden al 86,7% recomendaría esta servicio exequial; mientras que 51 personas correspondientes al 13,3 % no recomendará este servicio.

**Interpretación:** La mayoría de personas consultadas recomendaría este método de degradar los restos mortales, por lo que se recomienda a las empresas exequiales utilizar un plan de marketing previo a la implementación del servicio.

## 7.- ¿Porque elegiría la opción del servicio de cremación?

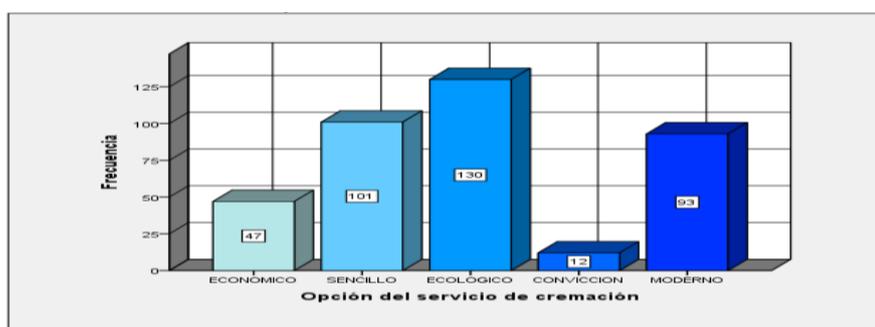
**Cuadro No.4. 7 Elección del servicio de cremación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ECONOMICO	47	12,3	12,3	12,3
	SENCILLO	101	26,4	26,4	38,6
	ECOLOGICO	130	33,9	33,9	72,6
	CONVICCIÓN	12	3,1	3,1	75,7
	MODERNO	93	24,3	24,3	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 7 Elección del servicio de cremación**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.7

**Análisis:** De las razones por la cual las personas encuestadas aceptarían la opción de cremar los restos mortales indican que 47 personas correspondientes al 12,3% es por razón económica; 101 personas correspondientes a 26,4% por la razón que resulta un método más sencillo; 130 personas correspondientes a 33,9% es por la razón que resulta ecológico y amigable con el ambiente; 12 personas correspondientes a 3,10% es por convicción y 93 personas correspondientes a 24,3 por ser un método moderno.

**Interpretación:** De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta la mayoría de personas indican que escogerían este método por razones ecológicas, seguidas por la razón de que simplifica el proceso después por ser un método moderno, continúa la razón de ser económica y en último lugar de acuerdo a las razones planteadas por convicción, es necesario un plan operacional que sustente la implementación del servicio de cremación.

**8.- ¿Le gustaría a usted hacer uso del servicio de cremación como una opción exequial?**

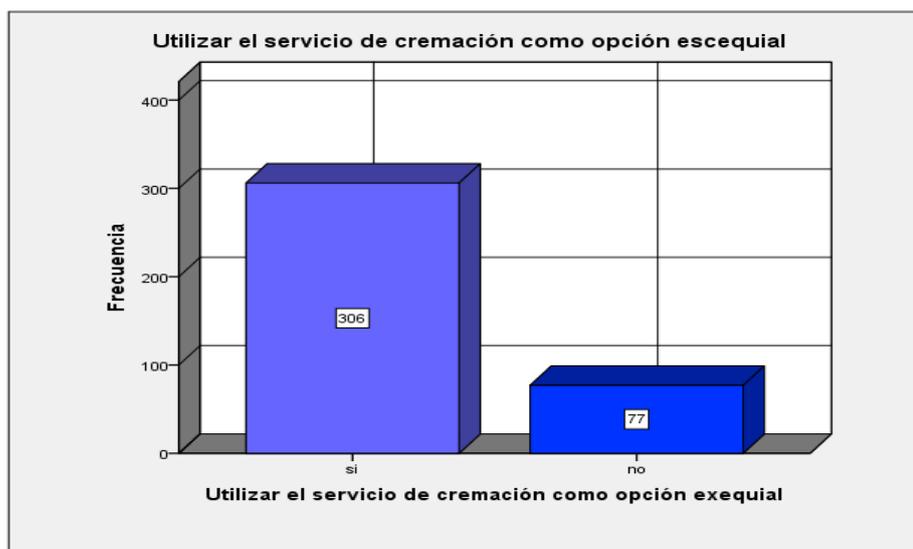
**Cuadro No.4. 8 Utilizar el servicio de cremación una opción exequial**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido si	306	79,9	79,9	79,9
no	77	20,1	20,1	100,0
Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 8 Utilizar el servicio de cremación una opción exequial**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.8

**Análisis:** De la muestra; 306 personas que corresponden al 79,9% expresan su complacencia a utilizar este método y 77 personas que corresponden al 20,10 consideran que este método no es de su agrado.

**Interpretación:** De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta la mayoría de personas les agradaría la utilización de este método exequial, por lo que trabajando con este mercado objetivo se recomienda aplicar el diseño del servicio de cremación como una oportunidad a corto plazo.

## 9.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por el servicio de cremación?

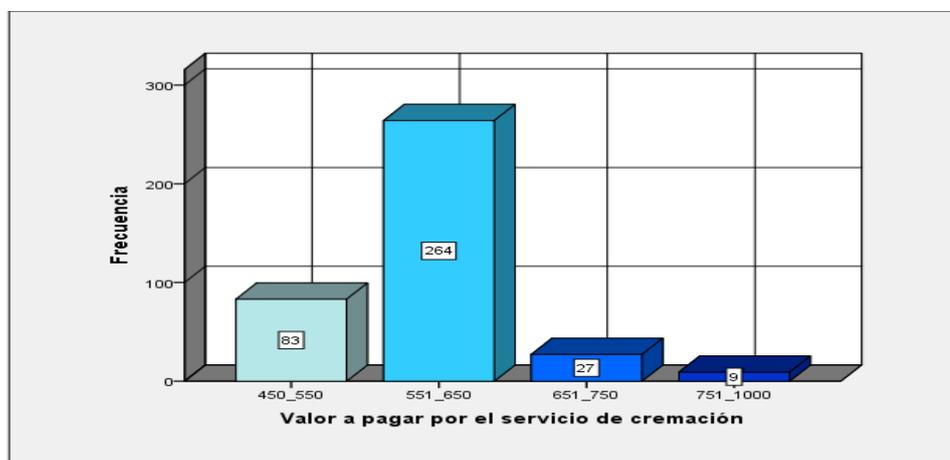
**Cuadro No.4. 9 Valor a pagar por el servicio de cremación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 450_550	83	21,7	21,7	21,7
551_650	264	68,9	68,9	90,6
651_750	27	7,0	7,0	97,7
751_1000	9	2,3	2,3	100,0
Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 9 Valor a pagar por el servicio de cremación**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.9

**Análisis:** Las personas económicamente activas indican que el valor que debería costar el servicio es de: 83 personas que corresponden a 21,7% entre \$450 y \$550; 262 personas que corresponde a 268,9% entre \$551 y \$650, 27 personas que corresponden a 7% entre \$ 651 y \$ 750; 9 personas que corresponden a 2,3% entre \$751 y \$1000.

**Interpretación:** De acuerdo a los datos provistos por las personas en condiciones de cancelar el servicio la mayoría considera que debería estar en el rango entre \$500 y \$600 y muy pocos que debería estar en el rango de \$750 a \$1000, se recomienda luego hacer un estudio de recuperación de inversión con los valores accesibles de acuerdo a las encuestas aplicadas.

## 10.- ¿Los pagos le gustaría hacerlos de la siguiente manera?

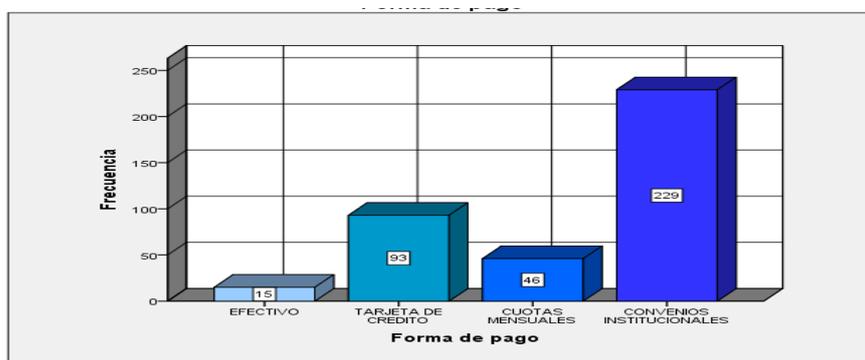
**Cuadro No.4. 10 Forma de pago**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido EFECTIVO	15	3,9	3,9	3,9
TARJETA DE CREDITO	93	24,3	24,3	28,2
CUOTAS MENSUALES	46	12,0	12,0	40,2
CONVENIOS INSTITUCIONALES	229	59,8	59,8	100,0
Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 10 Forma de pago**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.10

**Análisis:** las personas económicamente activas indican que su preferencia al momento de cancelar por el servicio les resulta más adecuado: 15 personas que corresponden a 3,9% en efectivo; 93 personas que corresponden a 24,3% mediante tarjeta de crédito; 46 personas que corresponden a 12% prefieren cuotas semanales y 229 personas correspondientes al 59,8% preferirían pagar por medio de convenios interinstitucionales.

**Interpretación:** de acuerdo a los datos provistos por las personas en condiciones de cancelar el servicio la mayoría preferiría el pago por medio de convenios interinstitucionales, seguido por el pago mediante tarjeta de crédito al final se encuentra el pago en efectivo, la recomendación ante estos datos es que las empresas exequiales realicen estrategias de financiamiento para facilitar los pagos del servicio.

**11.- ¿Considera Usted que en el cementerio de la ciudad de Riobamba hay suficiente espacio para enterrar a los muertos?**

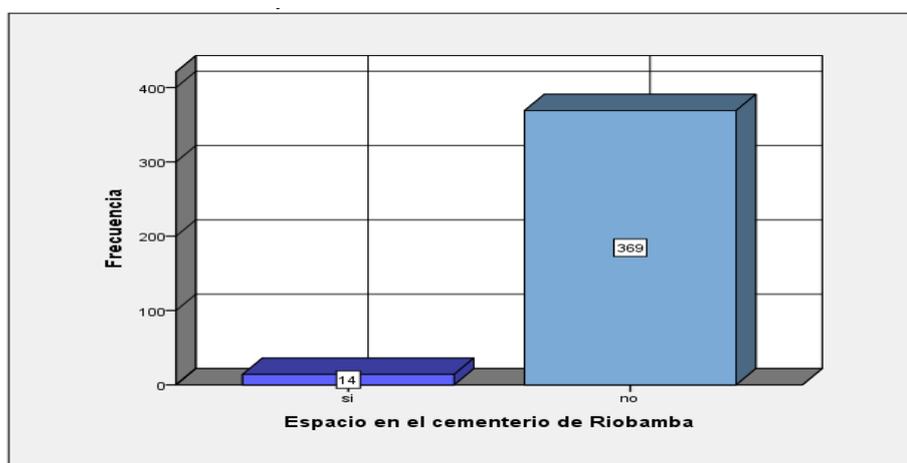
**Cuadro No.4. 11 Espacio en el cementerio de Riobamba**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	14	3,7	3,7	3,7
	no	369	96,3	96,3	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 11 Espacio en el cementerio de Riobamba**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.11

**Análisis:** De acuerdo a los datos obtenidos de los 383 encuestados, manifiesta 369 personas que corresponde al 96,3% indican que no existe el suficiente espacio en el cementerio de la ciudad de Riobamba, mientras que 14 personas de un porcentaje del 3,7% consideran que si hay espacio en el cementerio para poder enterrar a los seres queridos que fenecieron.

**Interpretación:** Este dato es favorable para la investigación, en razón de que se presenta la oportunidad para poder ofertar el servicio de cremación en las funerarias de la ciudad de Riobamba, ya que se considera como solución optar por la alternativa de cremación ante el fallecimiento de un ser amado, a la falta de espacio en el cementerio de la ciudad.

**12.- ¿Si los precios que a Usted le oferten para el servicio exequial están en igual proporción que opción escogería?**

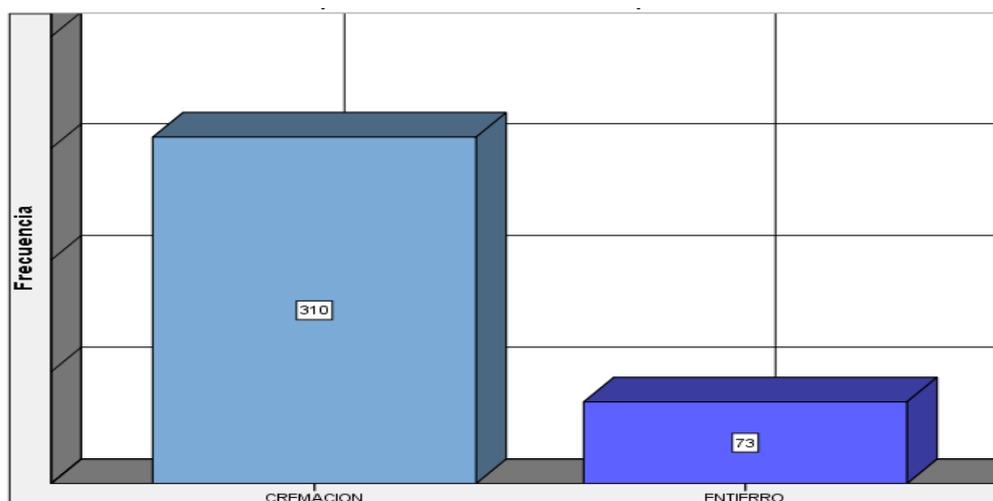
**Cuadro No.4. 12 Opciones de servicios exequiales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CREMACION	310	80,9	80,9	80,9
	ENTIERRO	73	19,1	19,1	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 12 Opciones de servicios exequiales**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.12

**Análisis:** La población económicamente activa encuestada ante una selección de servicio de entierro y cremación considerando un costo igualitario de los 383 encuestados, los 310 que corresponde al 80,9% escogerían el servicio de cremación, y 73 personas con un porcentaje de 19,10% tienden como preferencia de servicio exequial el entierro tradicional.

**Interpretación:** La mayor parte de encuestados consideran requerir como mejor opción exequial el servicio de cremación, por lo tanto es necesario que a la cremación se la tome como una prioridad alternativa a implementarse en las funerarias de la ciudad de Riobamba.

### 13.- ¿Considera Usted que los costos de manutención en el cementerio son?

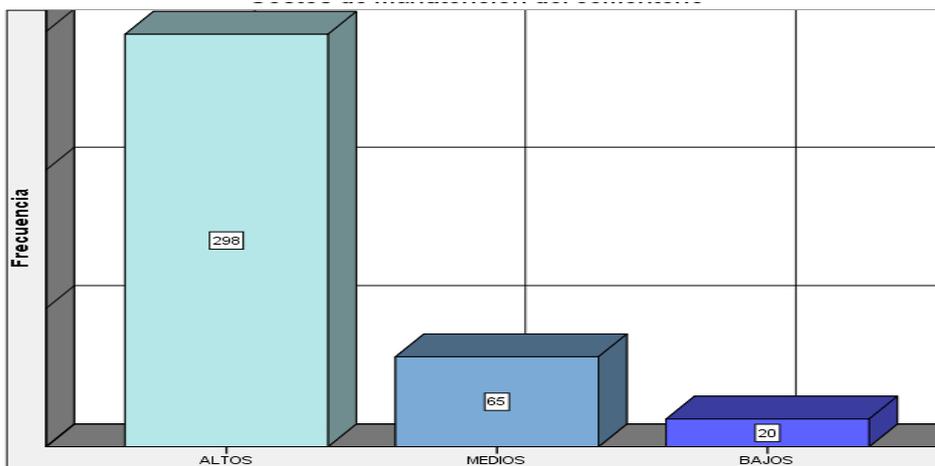
**Cuadro No.4. 13 Costos de manutención del cementerio**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTOS	298	77,8	77,8	77,8
	MEDIOS	65	17,0	17,0	94,8
	BAJOS	20	5,2	5,2	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 13 Costos de manutención del cementerio**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.13

**Análisis:** Se observa que los costos de mantenimiento en el cementerio de la ciudad de Riobamba, se considera en un porcentaje elevado como valores de altos con un porcentaje de 77,8% que corresponde a 298 personas y las 65 personas al 17,0% consideran los costos de mantenimiento del cementerio son medios y bajos.

**Interpretación:** El mantenimiento en el cementerio de la ciudad de Riobamba, es elevado considerándose un gasto adicional para la opción de entierro tradicional, lo que se recomienda se tome en cuenta que con la cremación ya no es necesario se incluya este gasto extra al elegir esta alternativa.

**14.- ¿Considera Usted, que para la elaboración de los ataúdes para la inhumación contribuye un gasto excesivo para el país por la tala de árboles?**

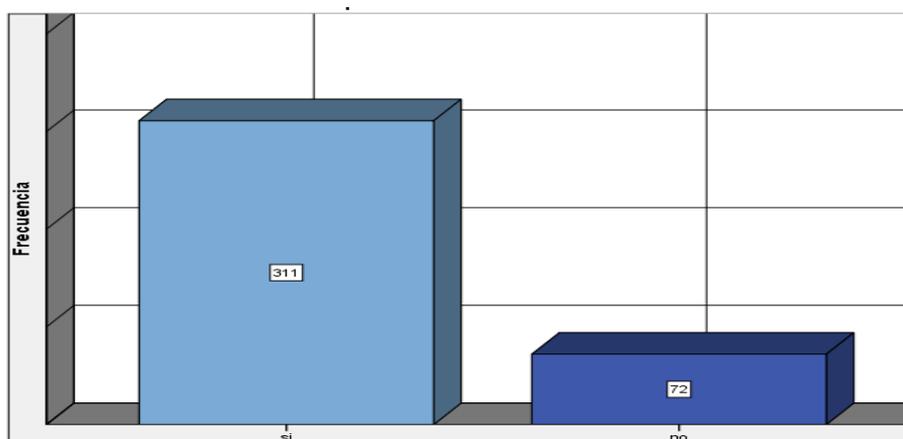
**Cuadro No.4. 14 Gasto por elaboración de ataúdes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	311	81,2	81,2	81,2
	no	72	18,8	18,8	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 14 Gasto por elaboración de ataúdes**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.14

**Análisis:** De la población económicamente activa de los 383 encuestados consideran 311 personas que corresponde al 81,2% consideran que la elaboración de ataúdes es un gasto para el país por la tala de árboles, mientras que 72 personas que corresponde al 18,8% consideran que no representa un gasto la elaboración de ataúdes.

**Interpretación:** Se recomienda que para poder evitar un gasto innecesario ante la elaboración de ataúdes y tala de árboles es necesario fomentar en la población de la ciudad de Riobamba se incluya la opción funeraria moderna a la cremación como alternativa de ahorro económico.

**15.- ¿Cree Usted, que la cremación es una solución para evitar los nichos en abandono en los cementerios?**

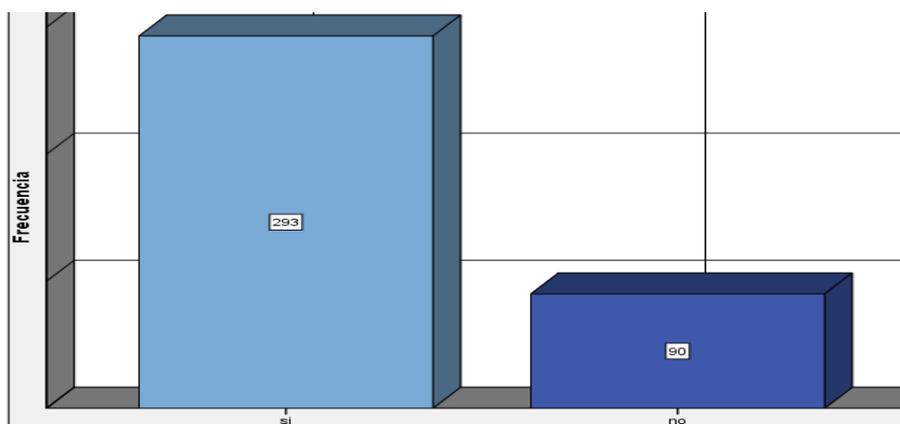
**Cuadro No.4. 15 La cremación como solución por abandono de nichos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	293	76,5	76,5	76,5
	no	90	23,5	23,5	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 15 La cremación como solución por abandono de nichos**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.15

**Análisis:** Se concluye que de la población encuestada el 76,5% que corresponde a 293 personas encuestadas indican que la cremación si es una solución para evitar el abandono de los nichos en el cementerio de la ciudad de Riobamba, mientras que un 23,5% manifiesta que no es una solución ante esta situación de abandono de las lápidas en el cementerio.

**Interpretación:** De la oportunidad para evitar los nichos en abandono en el cementerio de la ciudad de Riobamba, es necesario incluir como alternativa adicional el servicio de cremación en las funerarias de la ciudad para concientizar a las personas e impedir el abandono de las lápidas.

## 16.- ¿Considera Usted que la cremación es una opción de ahorro?

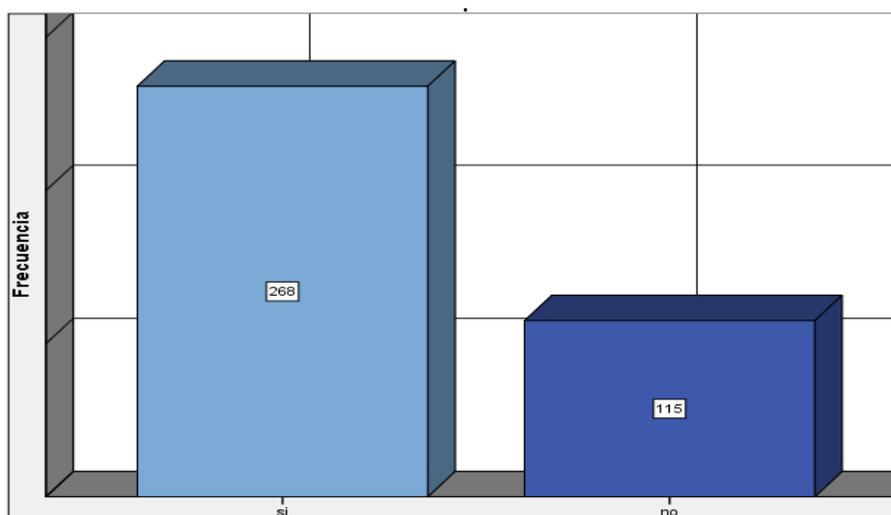
**Cuadro No.4. 16 Cremación una opción de ahorro**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido si	268	70,0	70,0	70,0
no	115	30,0	30,0	100,0
Total	383	100,0	100,0	

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**Gráfico No.4. 16 Cremación una opción de ahorro**



**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Cuadro No 4.16

**Análisis:** Se puede observar que de las personas encuestadas de la población económicamente activa 70% que corresponde a 268 personas indican que la cremación si es una opción de ahorro, mientras que el 30% que son 115 personas manifiesta que esta opción no representa una opción de ahorro.

**Interpretación:** Se recomienda incluir como alternativa imprescindible por ser considerada opción de ahorro, el implementar el servicio de cremación en las funerarias de la ciudad de Riobamba.

## 4.1.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### Cuadro No.4. 17 Preguntas relevantes de la encuesta

1.- ¿Conoce sobre el servicio de cremación?
2.- Le gustaría tener asesoramiento sobre el servicios de cremación?
3.- ¿Conoce usted que el servicio de cremación tiene un impacto positivo en el medio ambiente?
4.- ¿Le gustaría que en la ciudad de Riobamba brinden el servicio de cremación?
5.- ¿Sabía usted que el servicio de cremación es aceptado por el cristianismo?
6.- ¿Recomendaría usted el servicio de cremación como una opción exequial en las funerarias de la ciudad de Riobamba?

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** encuesta realizada a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

Resumen de la encuesta que se consideró las preguntas más relevantes de la investigación.

### Cuadro No.4. 18 Frecuencias Observadas

Factibilidad	Conocimiento	Asesoría	Impacto	Localidad	Aspecto Religioso	Recomendación	Total
Es Factible	35	12	50	30	45	33	205
No es Factible	30	23	35	30	47	13	178
Total	65	35	85	60	92	46	383

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

### Cuadro No.4. 19 Frecuencias Esperadas

Factibilidad	Conocimiento	Asesoría	Impacto	Localidad	Aspecto Religioso	Recomendación	Total
Es Factible	34,75	18,72	45,44	32,97	45,44	24,60	205
No es Factible	30,25	16,28	39,56	27,93	39,56	21,40	178
Total	65	35	85	60	92	46	383

**Elaborado por:** Verónica del Carmen Salas Cabrera

**Fuente:** Encuestas realizadas a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De los resultados que se obtuvo en la encuesta de la investigación, en las preguntas más relevantes que hacen referencia a: conocimiento 36, asesoría 20, impacto ambiental 46 localidad 33, aspecto religioso 45 y recomendación 25 con una totalidad de 205 personas encuestadas; mientras que no consideran la factibilidad en referencia a: conocimiento 31, asesoría 17, impacto ambiental 40 localidad 28, aspecto religioso 40 y recomendación 22 con una totalidad de 178 personas, dando como resultado favorable la aplicación del modelo de servicio de cremación para las empresas exequiales de la ciudad de Riobamba.

## 4.2.- COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Unidad de Observación: Los servicios de cada una de las unidades.

### 4.2.1.- Planteamiento de la hipótesis.

**H<sub>0</sub>:** El analizar la implementación de un modelo para el diseño del servicio de cremación no incide en el desarrollo económico de las empresas exequiales de la ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo.

**H<sub>i</sub>:** El analizar la implementación de un modelo para el diseño del servicio de cremación incide en el desarrollo económico de las empresas exequiales de la ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo.

#### b) Nivel de significación.

$$\alpha = 0,05$$

#### c) Especificación del estadístico

En este caso se usará el estadístico no paramétrico Chi-cuadrado, en razón que los valores de la muestra son cualitativos y verificaremos la factibilidad de una variable sobre otra.

$$\chi^2 = \sum \frac{(FO - FE)^2}{FE}$$

**X<sup>2</sup>**= chi cuadrado

$\sum$  = Sumatoria

**FO** = Frecuencia observada

**FE** = Frecuencia esperada

#### d) Especificaciones de las regiones de aceptación y rechazo.

Gl = grado de libertad (F - 1) (C - 1)

Gl = (2 - 1) (6 - 1)

Gl = (1) (5) = 5

Gl = 5

Valor en la tabla chi-cuadrada: 5.99

Si **p-valor**  $\leq$   **$\alpha$** ;  **$H_0$**  se rechaza

**f) Cálculo del estadístico Chi Cuadrado.**

**Cuadro No.4. 20 Cálculo Chi - cuadrado**

GRADOS DE LIBERTAD	5
$X^2$	12,2941
P-VALOR	0,031

Elaborado por: Verónica del Carmen Salas Cabrera  
Fuente: Geogebra y SPSS

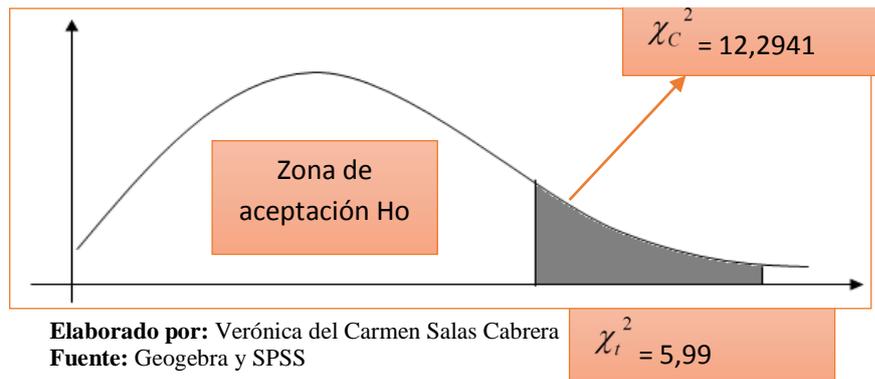
**Alfa ( $\alpha$ ):** El nivel de confianza de la prueba es del 95% en razón de que el valor de alfa debe ser porcentual de la confianza 0,05 lo cual corresponde al complemento.

**g) Decisión.**

El p-valor del conjunto de datos corresponde a 0,031 y se encuentra por debajo del  $\alpha = 0,05$ , por lo que se rechaza  $H_0$ .

Como el valor del chi cuadrado calculado es (12,2941) **mayor** a (5,99) que es el tabulado se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación es decir: La implementación de un modelo de servicio de cremación es factible de aplicar en las empresas exequiales de la ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo, para su desarrollo económico, con un nivel de confianza del 95%.

**Gráfico No.4. 17 Zona de Aceptación y Rechazo**



## **CAPÍTULO V**

### **5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1.- CONCLUSIONES**

- Con la investigación que se realizó se concluye que la demanda del servicio en la ciudad es representativa; pues, en el cementerio de la ciudad de Riobamba no existe el suficiente espacio para poder continuar con la opción tradicional exequial, segundo los costos que se proponen en el modelo son asequibles y tercero la gente considera a este servicio amigable con el medio ambiente, cuarto esta práctica no irrespeta las creencias religiosas de las personas.
- A partir del estudio técnico de estrategias de financiamiento se concluye que el servicio puede pagarse por pagos diferidos con tarjeta de crédito o planes de financiamiento de entidades bancarias. O a su vez panes prepagos con la entidad exequial.
- De acuerdo al estudio técnico de mercado se evidencia que existen usuarios que al no tener el servicio directo de cremación en Riobamba optan por hacerlo en otras ciudades, y dicen que de haber el servicio en la ciudad el servicio generaría ingresos económicos para las empresas exequiales riobambeñas.

## **5.2- RECOMENDACIONES**

- Se recomienda a los usuarios de servicios exequiales optar por la cremación porque descongestionarían el espacio en el cementerio de la ciudad de Riobamba, en segundo lugar el costo de este servicio a largo plazo es más económico y el servicio es amigable al medio ambiente.
- A través de la realización de la presente investigación se garantiza la factibilidad de que la población haga uso del servicio de cremación, recomendando a las funerarias que tomen en consideración la implementación del servicio de cremación para que incremente su actividad económica.
- Se recomienda a las empresas exequiales dar un servicio de calidad y a los usuarios que brinden su confianza en los emprendimientos riobambeños.

## BIBLIOGRAFÍA

- (ANEMEX), A. N. (2012). Cremación o entierro .  
/es.wikipedia.org/wiwi/Ciclo\_del\_proyecto. (2001).  
/es.wikipedia.org/wiwi/Ciclo\_del\_proyecto.
- Almeida, G. (2009). Mercado de servicios mortuorios en el Ecuador.
- Asamblea, Constituyente. (2010). *Constitución* .
- Asamblea, Cosntituyente. (2008). *Constitución*.
- Baca. (2006).
- Balanco, G. D. (2007). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. México: McGraw-Hill Interamericana .
- Ballou,R. (2004). *Logística ración de las cadena de suministros*. México: Pearson Educación.
- Belen, C., & Sellers R, R. (2010). *Introducción al marketing*. España: Club Universitario.
- Britain, T. C. (s.f.).
- Castro, R. (2010). Cramación.
- Chá, A. (2002). *Elementos de Epistemología*. Uruguay.
- Cohen, W. (2008). *El plan de marketing*. España: Deusto.
- Comas, D. (2004). La transición religiosa en España: catolicismo, secularización y diversidad”,. *Tendencias en identidades, valores y creencias*.
- Contreras,S. (1991). *Análisis Crítico de Guanajuato*. México.
- Cruz,K. (2001). *"Marketing"*,.
- Cuenca, A., & Caraguay, G. B. (2011). La autorización de la cremación humana y la necesidad de regular la Legislación Ecuatoriana.
- De Leòn, J. (2007). *La muerte y su imaginario en la historia de las regiones*. Bilbao.
- Emilio Sanz Fecit . (2008). El gestor de información perfecto: El comercial.
- Espeso, & Havey. (1994).
- Estudio Legal . (2010). *Estudio Legal* .
- Europea, C., & OCDE. (1998,2000 y 2003).
- Fiallos, C. (2011). Estudio de la factibilidad para la creación de una empresa de servicios excequiales.
- García,F. (2006). Programa Nacional del Desarrollo Tecnológico Industrial y de Calidad.

- Gomez Giovanni. (2000). revista de desarrollo rural alternativo.
- Gómez, F. (1996). *El análisis antropológico de las cremaciones*. Madrid.
- Gómez, G., & Gómez, G. (2000). *La planificación financiera*. Colombia.
- Gómez, B. (1996). EL ANÁLISIS ANTROPOLÓGICO DE LAS CREMACIONES.
- Harold, K., & Heinz, W. (2011). *Administración. Una Perspectiva Global*. México: 11va.
- Hartmann, E. (1908). *Grundriss der Axiologie*. Alemania.
- Heindel, M. (2006). *Concepto Rosacruz del Cosmo*. Argená: Kier S.A.
- Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México DF: Mc Graw Hill.
- Hertz, Robert. (1990). *La muerte y la mano derecha*. EE UU: Alianza.
- <http://www.bbc.com/>. (s.f.).
- <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-en-cifras/#>. (2010). INEC.
- (1963). <http://www.redfuneraria.com/cremacion-o-entierro>.
- <http://www.redfuneraria.com/cremacion-o-entierro>. (2012).
- <http://www.tiposdeinvestigacion.com/>. (2011). *Investigación*.
- Hume, D. (1751). *Investigación sobre los principios de la moral*. Edimburgo.
- INEC. (2010). Ecuador.
- Ivarth Palacios Salazar. (2004). *Guía práctica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Jean Pierre Vernant Vernant. (1914). Jean Pierre.
- José, Alvarez Roman. (2011). *Estadística*. Ecuador.
- Juran, J. (1993). *"The Last World"*. Japón.
- Kant, I. (1781). *Crítica de la Razón Pura*. Alemania.
- Kloter, & Armstrong. (2001). *Fundamentos de marketing*. México: Sexta Edición.
- Koenig, N. (1984). *Administración y Finanzas*.
- Koninklijke, T. (2009). *American Marketing Association*. EEUU.
- La Fuente, M. (1990). *Dirección Estratégica y Planificación Financiera de la PYME*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Lapie, P. (1902). *Logique de la volonté*. Francia.
- Leonard, B. L., & Bennet, C. W. B. (1989). *Calidad de servicios*. Madrid.
- Los Santos, I. (2007). *Modelo de medición de conocimiento y generación de ventajas competitivas sostenibles en el ámbito "Respuesta eficiente al consumidor"*. Madrid: ESIC.
- Lovelock, C. (1997). *Administración de Servicios*.

- MacCulloch, D. (2009). *Historia de la Cristianidad*.
- Marie, J. (1970). *Historia Universal siglo XXI*. España: siglo XXI de España Editores S.A.
- Marx, & Vigotsky. (2005). *The psychology of effective learning and teaching*.
- Mejia, M. (2009). *¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente?*
- Merton, R. (2009). *Finanzas*. Mexico.
- Miguélez, M. (2000). La investigación-acción en el aula. *Agenda Académica Volumen 7, N° 1*.
- Mintzberg, H. (1993). *El Proceso Estratégico*. Montreal.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. Castelló de la Plana .
- Monteferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing* . Castelló de la Plata .
- Moses, J. (2008). *Manual de Control de Calidad*. EEUU: sexta edición.
- Orwell, M. (2016). *Definición de prestación de servicios*.
- Orwell, M. (2016). Definición de prestación de servicios.
- Pallares, M. (2014). El crematorio una oportunidad inmobiliaria.
- Pezo, H. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Colombia.
- Philip K. (2007). *Dirección de Mercadotecnia*. EEUU:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Cliente\\_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Cliente_(econom%C3%ADa)).
- Philip, K. (1979). *Dirección de Marketing: Análisis, Planificación y Control*.
- Robert Hertz. (1990). *Si somos polvo en polvo nos convertiremos* .
- Rodriguez, E. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico.
- Snell, B. (2009). *Administración Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo*. Mexico.
- Snell, B. (2000). *Administración una ventaja competitiva*.
- Sopena, *Nuevo Diccionario Ilustrado*. (1980).
- Sopena, *Nuevo Diccionario Ilustrado*. (1980).
- Terán, S. (2015). Quito.
- (2014). *The Cremation Society of Great Britain*.
- Urquijo, J., & Bonilla, J. (2008). *La Remuneración del Trabajo* . Caracas : Texto C.A.
- Valerie, A. Z., & Jo, M. (2002). *Marketing de Servicios*.
- Vaquerizo, G. (2004). *Inmaturi e innupti*. Barcelona: Barcelona.
- Vermant, P. (1914). El individuo, la muerte, el amor. *Yo y el otro en la antigua Grecia*.

- Vértice . (2008). *La Gestión de Marketing, producción y calidad en las pymes* . España :  
Vértice .
- Vértice. (2010). Atención al cliente: Calidad en los servicios Funerarios.
- Victor, R., & Marúm E, E. (2006). *Acreditación y Certificación de la Educación Superior*. Mééxico.
- Villarán, K. (2009). *Plan de Negocios*. Lima: Nathan Associates Inc.
- www.ideaspropiaseditorial.com. (2007). *Calidad Total en la Atención al Cliente* .  
España: Ideaspropias.

**Modelo de Encuestas a los habitantes del Cantón Riobamba**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**INSTITUTO DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

**ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTON RIOBAMBA**

Encuestador: \_\_\_\_\_ Formulario N°.-----

Ciudad: \_\_\_\_\_ Fecha de la encuesta: /\_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

El propósito de esta encuesta es obtener información sobre los posibles clientes potenciales que harán uso del servicio de cremación.

**IINSTRUCCIONES GENERALES:**

- a) Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso. Conteste con la mayor honestidad todas las preguntas.
- b) Marque con una X para que indique su respuesta
- c) Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo, le agradecemos su colaboración.

**1.- ¿Conoce sobre el servicio de cremación?**

- Si
- No

**2.- Le gustaría tener asesoramiento sobre el servicios de cremación?**

- Si
- No

**3.- ¿Conoce usted que el servicio de cremación tiene un impacto positivo en el medio ambiente?**

- Si
- No

**4.- ¿Le gustaría que en la ciudad de Riobamba brinden el servicio de cremación?**

- Si
- No

**5.- ¿Sabía usted que el servicio de cremación es aceptado por el cristianismo?**

- Si
- No

**6.- ¿Recomendaría usted el servicio de cremación como una opción exequial en las funerarias de la ciudad de Riobamba?**

- Si
- No

**7.- ¿Porque eligiera la opción del servicio de cremación?**

- ECONÓMICO
- SENCILLO
- ECOLÓGICO
- CONVICCIÓN
- MODERNO

**8.- Le gustaría a usted hacer uso del servicio de cremación como una opción exequial?**

- Si
- No

**9.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por el servicio de cremación?**

- 450-550
- 550-650
- 650-750
- Más de 750

**10.- ¿Los pagos le gustaría hacerlos de la siguiente manera?**

- EFECTIVO
- TARJETA DE CRÉDITO
- CUOTAS MENSUALES
- CONVENIOS INSTITUCIONALES

**11.- ¿Considera Usted que en el cementerio de la ciudad de Riobamba hay suficiente espacio para enterrar a los muertos?**

- Si
- No

**12.- ¿Si los precios que a Usted le oferten para el servicio exequial están en igual proporción Usted escogería la opción de?**

- CREMACIÓN
- ENTIERRO

**13.- ¿Considera Usted que los costos de mantenimiento en el cementerio son?**

- ALTOS
- MEDIOS
- BAJOS

**14.- ¿Considera Usted, que para la elaboración de los ataúdes para la inhumación contribuye un gasto excesivo para el país por la tala de árboles?**

- Si
- No

**15.- ¿Cree Usted, que la cremación es una solución para evitar los nichos en abandono en los cementerios?**

- Si
- No

**16.- ¿Considera Usted que la cremación es una opción de ahorro?**

- Si
- No

## Anexos 2

### Otros

