

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR

SEDE ESMERALDAS



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES**

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**“PROPUESTA DE UN PLAN COMERCIAL PARA SOLUCIONES
EXEQUIALES DE JARDINES DE LA PAZ A LOS INMIGRANTES
ESMERALDEÑOS RESIDENTES EN ESPAÑA E ITALIA.”**

**PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO:
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR MENCION
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

Diana Sáenz.

ASESOR:

ING. CHRISTIAN MORA.

Esmeraldas, Julio del 2011

CERTIFICACIÓN

**INGENIERO.
CHRISTIAN MORA.**

**PROFESOR DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y CONTABLES EN ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR EN
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE
ESMERALDAS**

CERTIFICA:

Que, el trabajo de investigación propuesto, titulado: "Propuesta de un plan comercial para soluciones exequiales de jardines de la paz a los inmigrantes esmeraldeños residentes en ESPAÑA E ITALIA, de la autoría de la egresada: Srta. Diana Sáenz, ha sido revisada en todas sus partes, reuniendo satisfactoriamente en forma y forma exigidas para este tipo de investigaciones, por lo que autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Esmeraldas, Julio del 2011



**Ing. Christian Mora
DIRECTOR DE TESIS**

AUTORÍA

Quien suscribe la presente expresa que el desarrollo del proceso investigativo, los principios, investigación, interpretación y conclusiones, así como la redacción y publicación del tema es de mi absoluta y exclusiva responsabilidad.

Esmeraldas, Julio del 2011



SRTA. DIANA SAENZ

AUTORA

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS**

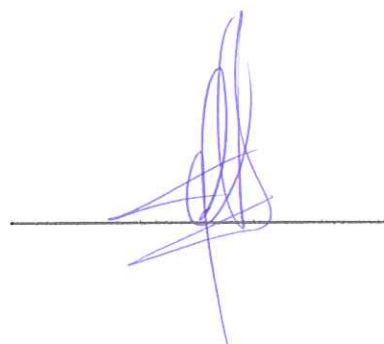
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES**

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

Los miembros del tribunal calificador aprueban el informe de investigación sobre el tema: "Propuesta de un plan comercial para soluciones exequiales de Jardines de la Paz a los inmigrantes esmeraldeños residentes en ESPAÑA E ITALIA", de la autoría de la egresada: Srta. Diana Sáenz.

Esmeraldas, Julio del 2011

Para constancia firman:



DEDICATORIA

El presente trabajo va dirigido con gratitud y profundo Amor a Dios, a mis Padres, quienes han sacrificado tiempo y paciencia, me motivaron moral y materialmente para culminar con éxito mis estudios universitarios, obtener un Título Académico y así asegurarme una vida digna y clara en el futuro.

Además dedico este trabajo investigativo a todas aquellas personas que hicieron posible la elaboración de este estudio. Al Ing. Christian Mora y versados catedráticos, a quienes les debo muchas horas de dedicación y constancia en la elaboración del trabajo investigativo, gracias por todos sus conocimientos impartidos.

CON AMOR

DIANA

AGRADECIMIENTO

Al culminar este trabajo investigativo que ha sido un compendio de esfuerzos, es necesario agradecer en primer lugar a Dios por darme la oportunidad de vivir, y que con su infinita bondad me ha permitido alcanzar tan anhelado logro convencido que su guía es la que me conduce alcanzar estas importantes metas.

Mi agradecimiento profundo y sincero a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables y a sus dignas autoridades, quienes brindaron su confianza y apoyo a todos los estudiantes.

A mi Madre que con su amor y entrega día tras día fue mi principal soporte y empuje para culminar este trabajo investigativo. A mis hermanos por todo el apoyo y respaldo brindado a diario.

El agradecimiento al Ing. Christian Mora, Tutor de Tesis quien impartió su experiencia y apoyo incondicional, para de esta manera colaborar en la culminación de este valioso trabajo.

A Camposanto Jardines de la Paz, a su Gerente General el Ing. Carlos Sáenz a los empleados, quienes supieron brindarme toda la colaboración requerida para la elaboración del presente proyecto.

Diana Sáenz

Autora

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

A, PÁGINAS PRELIMINARES	Pág.
Página del título o portada	i
Página de aprobación del tutor	ii
Página de autoría	iii
Página de aprobación del tribunal	iv
Página de dedicatoria	v
Página de agradecimiento	vi
Índice general de contenidos	vii
Índice general de contenidos	viii
Índice general de contenidos	ix
Índice general de contenidos	x
Resumen ejecutivo	xi
They summarize executive	xii

B. TEXTO.

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

INDICE GENERAL

CONTENIDO	PAG
CAPITULO I	1
MARCO CONTEXTUAL	1
1. EL TEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2

1.2	PROBLEMA	5
1.2.1	PROBLEMA GENERAL	5
1.2.2	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	5
1.3	PROGNOSIS	6
1.4	DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.4.1	DELIMITACIÓN ESPACIAL	8
1.5	OBJETIVOS	8
1.5.1	OBJETIVOS GENERAL	8
1.5.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS	8
1.8	JUSTIFICACIÓN	9
	CAPITULO II	10
	MARCO TEORICO	
2.1	LA INMIGRACIÓN ECUATORIANA.	11
2.1.1	EVOLUCIÓN	11
2.1.2	PROVINCIAS DE RESIDENCIAS	13
2.1.3	LA INSERCIÓN LABORAL DE LA INMIGRACIÓN ECUATORIANA	15
2.1.4	PROVINCIAS DE PROCEDENCIA DE LOS ECUATORIANOS QUE RESIDEN EN ESPAÑA	16
	CAPITULO III	19
	MARCO METODOLÓGICO	19
3.1	ENFOQUE DEL PARADIGMA DE LA INVESTIGACION	20
3.2	MODALIDAD DE TRABAJO	20
3.3	TIPO DE INVESTIGACIÓN APLICADA.	21
3.4	NIVEL DE INVESTIGACIÓN	23
3.5	PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	23
3.5.1	POBLACIÓN Y MUESTRA	23
3.5.1.1	POBLACIÓN	23
3.5.1.2	MUESTRA	23
3.6	TIPO DE MUESTRA EMPLEADA.	25
3.7	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	25

3.8	RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	27
3.9	TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	28
3.10	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	28
	CAPÍTULO IV	53
	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	53
4.1	MERCADO PROVEEDOR	54
4.1.1	PRINCIPALES PROVEEDORES – JARDINES DE LA PAZ	54
4.2	MERCADO COMPETIDOR	55
4.2.1	PRECIOS DEL COMPETIDOR	55
4.2.2	POSICIÓN DEL PROYECTO FRENTE A LA COMPETENCIA	56
4.2.3	ESTRATEGIA COMERCIAL	56
4.2.3.1	MERCADO DISTRIBUIDOR	57
4.2.4	ANÁLISIS FODA	57
4.2.5	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	59
4.2.5.1	OBJETIVOS GENERALES	59
4.2.5.2	OBJETIVO ESPECÍFICOS	60
4.2.6	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	60
4.2.7.	DEFINICIÓN DE HIPÓTESIS	61
4.3	PLAN DE MARKETING	64
4.3.1	MISION	64
4.3.2	VISION	64
4.4	PRODUCTO O SERVICIO	65
4.5	PRECIO	65
4.6	DISTRIBUCION	65
4.7	PUBLICIDAD	66
4.8	PROMOCION EN VENTAS	67
4.9	OBJETIVOS PLAN DE MARKETING	67
4.10	ESTRATEGIAS DE MARKETING	67

4.11. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	68
4.12. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	71
4.13 PROYECCION DE LA OFERTA	71
4.14. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	72
CAPITULO V	74
DISEÑO DEL PROYECTO	74
5.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DEL PROYECTO.	75
5.1.1 EFECTOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO PARA EL PROYECTO	75
5.2 FUNCION DE LA DEMANDA	75
5.2.1 LA NATURALEZA DE LA DEMANDA DEL PROYECTO	75
5.2.2 ESTRUCTURAS PREFERENCIALES Y GUSTOS DE LA DEMANDA DE CONSUMO	79
5.2.3 NIVEL DE INGRESOS DE LA DEMANDA	80
5.2.4 DEMANDA DEL PRODUCTO	82
5.2.5 CONDICIONES DEL MERCADO PARA SU COMERCIALIZACIÓN	83
5.2.6 CONDICIONES DE CONSUMO DEL PRODUCTO	83
5.3 OFERTA DEL PRODUCTO	84
5.3.1 INCENTIVO NACIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS VÍA INTERNET	84
5.3.2 BIENES SUSTITUTOS EN EL MERCADO	85
5.4 INGENIERIA DE PROYECTO	86
5.4.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	86
5.4.1.1 SOLUCIONES EXEQUIALES – PAQUETES	86
5.4.2 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN	93
5.4.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	93
5.4.3.1 PÁGINA WEB	93
5.4.3.2. FUNCIONAMIENTO Y PROCESO DE PÁGINA WEB	95
5.4.3.3.1 DIAGRAMA FUNCIONAMIENTO DE LA PÁGINA WEB – FLUJO DEL PROCESO	95

5.4.3.3.1.1 CADENA DE VALOR	95
5.4.3.3.1.1.1 DIAGRAMA EN NECESIDAD INMEDIATA	97
5.4.3.3.1.1.2 DIAGRAMA EN PRE – NECESIDAD O PREVISION	98
5.4.3.3.2.- TÁCTICAS DE VENTA	100
5.4.3.3.3 MEDIOS DE PAGO	100
5.4.3.3.5.1 TARJETA DE DÉBITO Y DE CRÉDITO	100
5.4.3.3.5.2 TRANSFERENCIA BANCARIA	101
5.4.3.3.6 PROCESO DE FUNCIONAMIENTO DE LA OPCIÓN DE PAGO	101
5.5 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	102
5.5.1 NOMBRE DEL NEGOCIO	102
5.5.2 LOGO	102
5.5.3 PROPUESTA DE VENTAS	103
5.5.4 CARACTERÍSTICAS Y TIPO DE ORGANIZACIÓN	103
5.5.4.1 CARACTERÍSTICAS	103
5.5.4.2 TIPO DE ORGANIZACIÓN	103
5.5.4.3 ESTRUCTURA LINEAL	104
5.6 ORGANIGRAMA CEJARDEPA S. A	106
5.7 REQUERIMIENTO DEL CAPITAL HUMANO PARA LA PUESTA EN MARCHA	108
5.8 ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO	109
CAPITULO VI	118
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
6.1 CONCLUSIONES	119
6.2 RECOMENDACIONES	120
BILBIOGRAFIA	122
ANEXOS	124

INDICE GENERAL DE GRÁFICOS.

A SECUENCIA DE GRÁFICOS

Pág.

#1	Emigrantes Ecuatorianos en España	13
#2	Ciudades de Residencias para emigrantes ecuatorianos	14
#3	Mapa distribución provincial residentes ecuatorianos	14
#4	Actividades que ejercen los emigrantes ecuatorianos	17
#5	Provincias de origen de ecuatorianos	18
#6	Familias en España o Italia	28
#7	Cantidad de familiares en España	29
#7	Contratación previsiva de soluciones exequiales	30
#9	Nivel de satisfacción de clientes cejardepa s.a	31
#10	Nivel de satisfacción servi. Domic.	33
#11	Nivel de satisfacción ceremonia inhumación	34
#12	Nivel de satisfacción personal en general	36
#13	Nivel de satisfacción instalaciones	37
#14	Nivel de satisfacción financiamiento	39
#15	Expectativas cumplidas	40
#16	Atención eficiente	41
#17	Contratado servicio exequial	42
#18	Probabilidad de contratar servicios	43
#19	Soluciones exequiales a familiares en el exterior	44
#20	Comprar por Internet	45

#21	Adquisición Internet	46
#22	Modalidad de Pago	47
#23	Posee tarjeta de crédito	48
#24	Tipos de soluciones exequiales	49

INDICE GENERAL DE TABLAS.

A SECUENCIA DE TABLAS

Pág.

#1	Origen de los ecuatorianos residentes en España	18
#2	Familiares en España	28
#3	Cantidad de familiares en España	29
#4	Contratación previsiva de soluciones exequiales	30
#5	Nivel de satisfacción de clientes cejardepa s.a	31
#6	Nivel de satisfacción servi. Domic.	32
#7	Nivel de satisfacción ceremonia inhumación	34
#8	Nivel de satisfacción personal en general	35
#9	Nivel de satisfacción instalaciones	37
#10	Nivel de satisfacción financiamiento	38
#11	Expectativas cumplidas	40
#12	Atención eficiente	41
#13	Contratado servicio exequial	42
#14	Probabilidad de contratar servicios	43
#15	Soluciones exequiales a familiares en el exterior	44
#16	Comprar por Internet	45
#17	Frecuencia de Adquisición por Internet	46
#18	Modalidad de pago	47
#19	Posee tarjeta de crédito	48
#20	Tipos de soluciones exequiales	49
#21	Lista de proveedores	54
#22	Nomina de competidores	55

#23	Número de emigrantes esmeraldeños en España e Italia	68
#24	Número de emigrantes que si recomiendan adquirir paquetes exequiales	68
#25	Posibles emigrantes demandantes del servicio de paquetes exequiales	69
#26	Cantidad de gestiones de adquisiciones paquetes exequiales en frecuencias anualmente	70
#27	Cantidad de solicitudes de adquisiciones de servicios exequiales anualmente	70
#28	Proyección de los servicios exequiales en demanda Anualmente	71
#29	Demanda de servicios exequiales	71
#30	Demanda insatisfecha de Servicio domiciliaria + bóveda	72
#31	Demanda insatisfecha de servicio de sala + bóveda	72
#32	Demanda insatisfecha de servicio de sala + lote	73
#33	Demanda insatisfecha de servicio domiciliario + lote	73
#34	Stock de emigrantes ecuatorianos por país de destino	74
#35	Cuadro Estadístico de defunción por provincias	80
#36	Decesos de ecuatorianos en España	81

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR

SEDE ESMERALDAS

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES**

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

**“PROPUESTA DE UN PLAN COMERCIAL PARA SOLUCIONES
EXEQUIALES DE JARDINES DE LA PAZ A LOS INMIGRANTES
ESMERALDEÑOS RESIDENTES EN ESPAÑA E ITALIA.”**

AUTORA: SRTA. DIANA SAENZ

ASESOR: ING. CHRISTIAN MORA

FECHA: JULIO DEL 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto tiene como objetivo demostrar la factibilidad de comercializar los servicios exequiales mediante la creación de una página web, que permita tener una sucursal virtual de Camposanto Jardines de la Paz en los países cuya migración reflejan altos niveles. Los beneficios que se obtendrán son ampliación de la cartera de clientes, mayor cobertura a bajo costo y generando mayor utilidad para la expansión del proyecto a otros países europeos.

Este proyecto servirá de ejemplo para las empresas existentes, para que desarrollen esas estrategias vanguardista que permitan generar empleo y desarrollo en el país.

PAPAL CATHOLIC UNIVERSITY OF THE ECUADOR

HEADQUARTERS EMERALDS

ABILITY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES AND ACCOUNTANTS

SCHOOL OF FOREIGN COMMERCE

**“PROPOSAL OF A COMMERCIAL PLAN FOR SOLUTIONS
EXEQUIALES OF GARDENS OF THE PEACE TO THE IMMIGRANT
ESMERALDEÑOS RESIDENTS IN SPAIN AND ITALY.”**

AUTHOR: MISS DIANA SAENZ

ADVISORY: ENGINEER CHRISTIAN MORA

IT DATES: JULY 2011

THEY SUMMARIZE EXECUTIVE

The project has as objective to demonstrate the feasibility of marketing the services exequiales by means of the creation of a page web that allows to have a virtual branch of Cemetery Gardens of the Peace in the countries whose migration reflects high levels. The benefits that will be obtained are the account of clients amplification, bigger covering at low cost and generating bigger utility for the expansion from the project to other European countries.

This project will serve as example for the existent companies, so that they develop those avant-garde strategies that allow to generate employment and development in the country.

INTRODUCCIÓN

Un aspecto que llamó la atención para fijar ésta investigación en busca de una objetiva información sobre el tema, es que siendo esta provincia la que cuente con un Campo Santo Jardines de la PAZ, con un liderazgo moderado con servicio y atención al cliente diferenciado.

De allí que es necesario la factibilidad para la implementar el plan de comercialización de productos y servicios exequiales que oferta Camposanto Jardines de la PAZ, que es de gran relevancia para emprender un nuevo paradigma de negociación a diferencia del convencional, actualmente utilizado.

El trabajo de investigación consta de seis capítulos, a los que se les ha dado una secuencia lógica para explicar el desarrollo de la investigación.

El primer capítulo se ubica El Problema y su contextualización, formulación del problema, cambios esperados, delimitación de problema, objetivos de la investigación y justificación.

El segundo capítulo recoge todos los referentes teóricos que se constituyen en el soporte científico para fortalecer los enunciados empíricos establecidos en esta investigación.

EL tercer capítulo indica el marco metodológico, la misma que se refiere a los métodos, procedimientos y técnicas que se utilizaron en el desarrollo de la investigación aplicada.

El cuarto capítulo presentamos la investigación de mercado, base del proyecto en donde se determina la conveniencia o no del proyecta, luego de realizar un sondeo de la acogida de la empresa a nivel local proyectándose a la internacionalización.

El quinto capítulo describe el proyecto como tal, en que se basa y cual es el medio de trabajo del mismo.

El sexto capítulo expone las conclusiones a la que llegó el equipo de investigadores y recomendaciones orientadas a los diferentes ejecutivos, funcionarios y usuarios del Camposanto Jardines de la PAZ de la ciudad de Esmeraldas.

En la parte final de la obra exponemos bibliografía consultada tales como: textos especializados, revistas, diccionarios e Internet y además s refleja el glosario de términos,.

Finalmente encontramos los anexos, modelos de encuestas, entrevistas, diagramas, fotos.

1. EL TEMA.

Propuesta de un plan comercial para soluciones exequiales de Jardines de la Paz para los inmigrantes Esmeraldeños residentes en España e Italia.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La crisis económica por la que atraviesa el país en los últimos años se debe a factores de orden cuantitativo y cualitativo, siendo el primero la falta de capacidad de invertir capitales internos y externos en áreas de la industrialización y empresarial, lo que ha provocado una tasa de desempleo desorbitada, recategorizando los diferentes niveles de estratos sociales, y, con ello nominar a la clase baja que han sido los más afectados, en miserables, tendientes con una proyección a corto plazo a convertirse en indigente.

En este marco de pobreza, se delinean nuevas formas de superación y con ello enfrentar a este cinturón de miseria que vive la mayoría de la población ecuatoriana. Unos de estos caminos, se presenta la despreocupación por las autoridades gubernamentales por la deuda social, en la construcción de vivienda, puentes, escuelas, colegios, carreteras, educación y salud.

Como es de conocimiento público en la ciudad y provincia de Esmeraldas se ha mantenido hasta ahora una política retrograda por parte de las autoridades Municipales y afines, que obstaculiza el normal crecimiento y desarrollo de las obras publicas en beneficio de la colectividad esmeraldeña; una de ellas, que posee prioridad urgente, la ampliación del cementerio municipal, o en su defecto la construcción de uno nuevo en punto estratégico de la ciudad de Esmeraldas

Es menester recalcar que esta debilidad latente en el sector urbano es considerado como alarmante, ya que al no existir una oferta de espacios

exequiales disponibles, ha generado un problema para la masa mas desposeída, ya que a mas escasa economía que padece el mayor número de familias de estratos medio-bajo; el dolor que le embarga por la pérdida de un ser querido, preocupante realidad al no tener los medios económicos para solventar las gastos mortuorios (ataúd, accesorios, velación, espacios exequiales) y superar este desenlace fatal.

La población de Esmeraldas sufre de múltiples necesidades por la carencia de fuentes de trabajo en la mayoría de los hogares del estrato medio y bajo, provocando con esto una incertidumbre familiar al momento de ofrecer cristiana sepultura a su familiar fallecido. Un factor importante de no poseer un espacio exequial propio, se debe a la no disponibilidad de los mismos en el cementerio municipal o la falta cobertura general de una empresa sustituta que brinde este tipo de servicio

Pese a ello las autoridades provinciales se muestran impávidas ante la cruda realidad y sólo reflejan desinterés e indiferencia al problema, sin brindar alternativas que permitan solucionar de a poco este grave problema de la deficiencia de cobertura de espacios exequiales. De igual manera la no existencia de empresas que oferten soluciones exequiales integrales que satisfagan al usuario que necesitan de todos los servicios funerales para su ser querido fallecido.

Cabe resaltar que el mercado de demandantes de servicios exequiales se encuentra en un estado recesivo, pasivo y hasta en muchos de los casos ignorados, es decir, en Esmeraldas no existe una cultura de proyección visionaria, por ello que a pesar de existen pocas entidades que ofrecen servicios exequiales, no les interesan y se ciñen a las costumbres arbitrarias y rutinarias que otros ciudadanos practican; ofreciendo cristiana sepultura en desorden, en cualquier lugar ajeno, dejando a futuro su arreglo formal con el propietario del

espacio exequial. Por ello se ha clasificado algunos factores que inciden para que esta situación se acreciente en nuestros coterráneos.

- Falta de ordenanza municipal
- Poca planificación en la otorgación de espacios exequiales
- Cementerio con cobertura cerrada.
- Inexistencia de cementerio sustituto
- Saturación de espacios exequiales
- Desorganización en el proceso de sepelio
- Incremento y reestructuración de impuestos en la mayoría de los sectores económicos.
- Falta de seguridad política.
- Alta tasa de interés.
- Subempleo y desempleo
- Disminución de la remesas de divisas de emigrantes
- Bajo poder adquisitivo
- Considerable desempleo
- Subempleo
- Baja participación laboral, política o social.
- Excesiva burocracia para formalizar la documentación exequial
- Escasa información sobre empresas sustitutas
- Hogares desorganizados.
- Inexistencia de equipos tecnológicos para procesar los nuevos sepelios
- Personal no capacitados
- Escasa seguridad interna y externa.

- La comunidad de adultos se ha visto desmotivada al visitar, ya que el cementerio general no brinda diversificación de servicio en su interior.

En el contexto de la economía esmeraldeña se podría acotar que los planes y proyectos de perfil económico se han sustentado en la dependencia de empresa petrolera, magisterio, seguridad, banca, comercial y los elementos informales, que sirven para solventar en parte las grandes necesidades de la comunidad.

1.2 PROBLEMA.

La saturación del mercado esmeraldeño dada la gestión de JARDINES DE LA PAZ, no permite la consecución óptima de resultados y que obliga a la búsqueda de alternativas que permitan la obtención de resultados financieros positivos, mediante un estudio exhaustivo a la problemática en el entorno de espacios exequiales y demás servicios afines.

1.2.1 PROBLEMA GENERAL.

¿Cómo establecer la factibilidad y rentabilidad en la comercialización de servicios exequiales enfocándose en la búsqueda de nuevos nichos en beneficio de los inmigrantes esmeraldeños residentes en España e Italia?

1.2.2 PROBLEMAS ESPECIFICOS.

P1 ¿Cómo establecer mecanismos efectivos para realizar una cobertura que permita llegar a todos los estratos sociales de acuerdo a los márgenes de migración en los países en cuestión?

P2 ¿Qué metodologías y procedimientos se deben aplicar para diseñar y elaborar el plan de marketing detallando todas las acciones a seguir para alcanzar a corto plazo el mayor número de clientes?

P3 ¿Que tipos de políticas de financiamiento se ejercerán para la venta de los servicios exequiales?

P4 ¿Cuáles serán los lineamientos para la recuperación de la inversión y su tiempo estimado?

1.3 PROGNOSIS.

La inserción de una propuesta productiva orientada a la comercialización de productos y/o servicios para los familiares de los inmigrantes, para que en caso de fallecimiento, los deudos mantengan una solución íntegra, constituyéndose en una alternativa para sobrellevar de este problema. El desmejoramiento de brindar cristiana sepultura a los seres queridos, enfoca a los diferentes niveles de estratos sociales, sean estos bajo, medio-bajo y alto.

Este gran problema establece una proyección de avance a mediano plazo, puesto que no existe una decisión férrea de parte de la municipalidad o de otras ONG para la modernización del cementerio actual, lo que refleja una carencia de diferenciación e integridad en los ámbitos de Velación, Transportación, Exhumación, Cremación, Misa de Réquiem; la oferta y demanda está en constante cambio y con exigencia más rigurosa determinando la excelente calidad, buen precio y valor agregado en los productos y/o servicios exequiales.

Los cambios que se espera con esta investigación son:

- ♦ Se aspira a diseñar un plan estratégico de Marketing ofertando servicios exequiales, a fin de que este recurso expanda a nivel local e Internacional y con ello permita aumentar la cuota de ventas
- ♦ Desarrollar un sistema o plan alternativo de venta de soluciones exequiales, a través de paquetes corporativos y familiares, que satisfaga las necesidades de los inmigrantes y sus familiares, utilizando nueva diversificación de los mismos, con calidad y a cómodos precios, con el fin de fomentar una nueva cultura frente a los servicios exequiales.
- ♦ Establecer vínculos duraderos entre los clientes objetivos, residentes en

España e Italia, estableciendo la otorgación de los servicios exequiales vía contrato, convenios a largo plazo, con tarifa prepago mensual de acuerdo al monto asignado, lo cual esté enfocada a dinamizar la comercialización de este servicio en mayor cantidad en el país ibérico.

- ♦ Planificar el desarrollo de la Herramienta de comercialización electrónica, el portal Web, con lo cual capture, atraiga, conquiste nuevos y posibles clientes a nivel interno y externo; con el afán de solventar este cuadro doloroso que experimenta los inmigrantes o familiares de ellos y paralelamente ubicarse como empresa líder en la otorgación de este tipo de servicio
- ♦ Agrupar nuevos socios estratégicos para ampliar el mercado interno y externo, enmarcados a la entrega de ofertas accesibles al poder económica y la capacidad de compra, a través de reglamentos, normas y políticas sustentables y sostenibles en la trayectoria del tiempo de vida del campo santo Jardines de la Paz.

La cristalización de la necesidad antes expuesta, se reflejará mediante un proyecto debidamente sustentable con su factibilidad y justificaciones respectivas, que incluyan las soluciones exequiales, en beneficio a los miembros de la comunidad de inmigrantes en España generando con ello una alta satisfacción y un beneficio extra. El proyecto será una importante alternativa para restaurar el progreso de las actividades económicas del campo santo Jardines de la Paz.

1.4 DELIMITACION DEL PROBLEMA

1.4.1 DELIMITACION ESPACIAL

La realización del presente trabajo investigativo se desarrollará en Esmeraldas, provincia y cantón del mismo nombre, tomando como base, las funerarias, cementerio local y empresarios de este sector productivo.

1.5 OBJETIVOS.

1.5.1 GENERAL.

Determinar la factibilidad de implementar la propuesta de comercialización de soluciones exequiales de Jardines de la paz a los emigrantes Esmeraldeños en España e Italia, con alternativas de espacios, velación, transportación, sepelio, exhumación, cremación, que contribuya al beneficio y satisfacción de los familiares del mercado meta.

1.5.2 ESPECÍFICOS.

- Realizar una investigación de mercados y con ello conocer la factibilidad y rentabilidad de la comercialización de los servicios exequiales.
- Diseñar, elaborar y presentar un plan de Marketing para la promoción y comercialización de este producto intangible.
- Elaborar un análisis financiero para determinar la recuperación de la inversión realizada en el proyecto.

1.6 JUSTIFICACION.

Este proyecto nace con el fin de demostrar que comercializar soluciones exequiales a los inmigrantes Esmeraldeños en España e Italia si es posible, ya que permitirá solucionar un problema cuando a estas personas se le presenta un suceso inesperado e impostergable; Además este proyecto cuenta con el respaldo de una gran empresa que ya se encuentra posicionada localmente como lo es Camposanto Jardines de la Paz, pero que busca su expansión, por medio de la comercialización internacional de soluciones exequiales a manera de previsión para aquellas personas que salieron del país en busca de días mejores para sus familias.

Bajo este contexto, la propuesta estratégica para la factibilidad de implementar la comercialización de soluciones exequiales de Jardines de la Paz a los inmigrantes esmeraldeños en España e Italia, para el desarrollo de una propuesta productiva que contribuya al beneficio y satisfacción de los inmigrantes residentes en España y sus familiares, está concebida como un nuevo mecanismo de desarrollo, el cual tiende a solucionar la carencia de espacios exequiales y servicios complementarios, como sala de velación, carroza, arreglo florales, capilla. Exhumación y cremación. La cual permita delinear estrategias y políticas que vinculen a la comercialización masiva a los familiares en el extranjero, y con ello favorecer en tiempo y dinero por el servicio prestado en forma oportuna y adecuada, mediante la previsión a futuro de los deudores.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. MARCO TEÓRICO

2.1 LA INMIGRACIÓN ECUATORIANA.

2.1.1 EVOLUCIÓN.

Los residentes ecuatorianos entre 1985 y 1990 en España se ha producido un incremento, paralelo al del conjunto de la inmigración extranjera, a raíz del cual el total de ecuatorianos pasa de 700 a 1.000 residentes.

A partir de ese año se produce un estancamiento que dura hasta 1993, lo que significa que la gran regularización de 1991 no afectó al colectivo (en otras palabras: por entonces prácticamente no había "bolsas de irregulares" ecuatorianos en el país).

En el año 1993 se produce un aumento significativo pero éste se reduce durante los años siguientes. Es en 1996 cuando comienza a registrarse un incremento constante y creciente de residentes llegados de Ecuador. El ritmo de crecimiento anual fue de más del 40% en 1996 y 1996, subió al 70% en 1998, a 84% en 1999 y hasta 123% en 2000. A raíz de ello las cifras pasan de 1.100 residentes en 1992, a 2.900 en 1996 y a 30.800 en 2000;

Los ecuatorianos se acentúa en la provincia de Barcelona con 4.898 ecuatorianos. La ciudad de Madrid en la que los inmigrantes se encuentran alrededor de 58.000.

Por tanto, conviene tomar los datos de residentes no tanto desde el punto de vista del número absoluto sino de la tendencia que muestran, y de algunas características de los inmigrantes.

El flujo de inmigración de finales de los años ha estado compuesto principalmente por mujeres, que acudían ante la expectativa de conseguir empleo en el servicio doméstico. Este predominio femenino queda claramente reflejado por un porcentaje de mujeres que se situó en torno al 65% en los últimos años.

Por cada 100 residentes ecuatorianos 56 eran mujeres y 44 varones. La estadística de residentes muestra un absoluto predominio de inmigrantes en plena edad laboral: el 75 % tiene entre 25 y 44 años y un 25% entre 45 y 64 años.

La distribución provincia se ubica con segmentación de inmigración concentrada en Madrid, con ramificaciones importantes en Barcelona y Murcia.

En cuanto al tipo de ocupación desempeñada se observan diferencias en función del sexo; entre las mujeres existe un absoluto predominio del servicio doméstico (75%), seguido a gran distancia por empleos de tipo administrativo (8%) hostelería y servicio.

En el caso de los hombres destacan el servicio doméstico (19%), la agricultura, la construcción y otros empleos por cuenta ajena (en torno al 15% cada uno). Casi un tercio de los ecuatorianos residentes en España procede de la provincia de Pichincha; su principal lugar de asentamiento es Madrid, proceden de Quito el 80% y de otras localidades el 20%.

Loja es la segunda provincia en importancia, en tercer lugar, aparece Guayas, primer colectivo ecuatoriano en Barcelona, el 72% procede de la ciudad de Guayaquil, el resto de otras poblaciones de la provincia.

Cañar y Azuay destacan en la muestra de Murcia, de las que se desprende que el colectivo más visible es el procedente de Pichincha y, en segundo lugar, el de Loja, pero que hay emigrantes de todas las regiones de Ecuador.

Por tanto, conviene tomar los datos de residentes no tanto desde el punto de vista del número absoluto sino de la tendencia que muestran (fuerte crecimiento desde 1996, que se acelera en los últimos años) y de algunas características de los inmigrantes.

Grafico No 1
Emigrantes Ecuatorianos en España



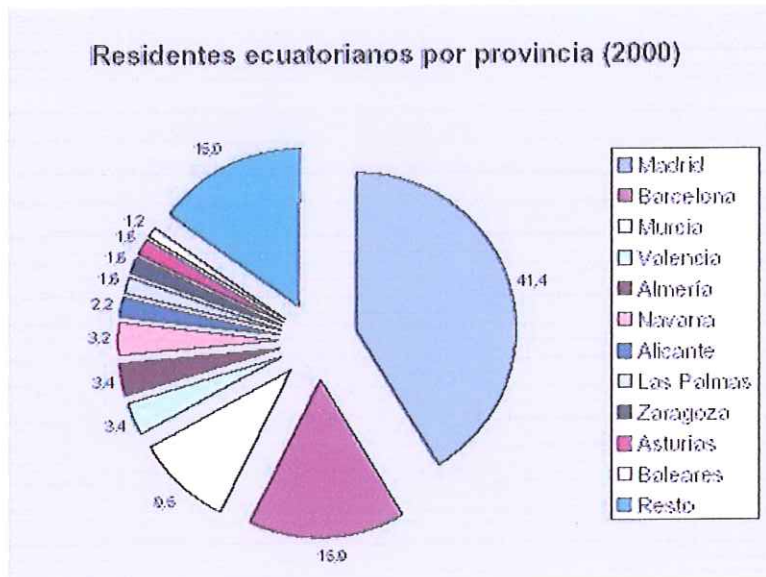
Fuente: Enciclopedia de Internet

2.2 PROVINCIAS DE RESIDENCIAS

- ❖ Hasta la fecha la inmigración ecuatoriana se concentra especialmente en unas pocas provincias españolas:
- ❖ El primer núcleo de residencia es la región de Madrid, que a finales de 2000, acogía al 41% de los ecuatorianos con permiso afincados en España.
- ❖ En segundo lugar, pero a bastante distancia figura la provincia de Barcelona, en la que residía el 16% del total.
- ❖ La tercera provincia en orden de importancia era Murcia, que reunía al 10% de los ecuatorianos.
- ❖ Bastante más atrás figuran Valencia, Almería y Navarra; en cada una de ellas se encontraba el 3% de esta colonia.
- ❖ Más atrás aparecen Alicante, Las Palmas, Zaragoza, Asturias y Baleares (entre el 1% y el 2% del total).

Grafico No. 2

Ciudades de Residencias para emigrantes ecuatorianos

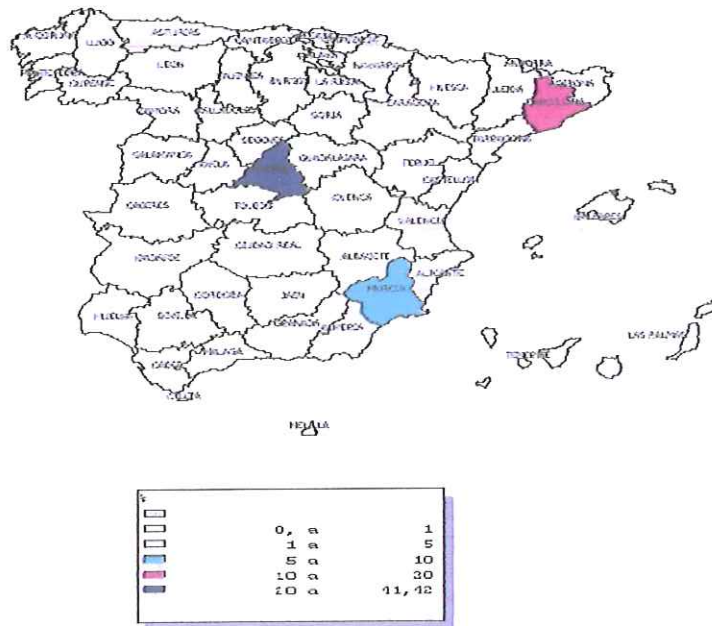


Fuente: Enciclopedia de Internet

A comienzos del año 2001, en la ciudad de Madrid por cada 100 extranjeros empadronados 29 eran ecuatorianos; en Barcelona lo era el 11%.

Grafico No 3

MAPA. DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DE LOS RESIDENTES ECUATORIANOS



Fuente: Enciclopedia de Internet

2.3 LA INSERCIÓN LABORAL DE LA INMIGRACIÓN ECUATORIANA

La información referida a los trabajadores inmigrantes en la economía formal (personas en situación regular que tienen un empleo) procede de dos fuentes estadísticas oficiales.

La Estadística de Permisos de Trabajo se refiere a aquellos que tienen un permiso de trabajo (lo requieren todos los inmigrantes del Régimen General que quieran ejercer actividad económica). Esta fuente describe con más precisión la situación de las personas que tiene un permiso de tipo inicial, en el que se establece la provincia de residencia y la rama de actividad; cuando los inmigrantes poseen permisos de larga duración existe un margen de error importante respecto a dichas variables.

La otra son las ‘altas laborales’ en el sistema de Seguridad Social, que contabiliza a todos los extranjeros que están cotizando a raíz de estar realizando un trabajo remunerado en situación regular. Obviamente, esta fuente no incluye a los “irregulares”, ni tampoco a los inmigrantes que se han nacionalizado españoles, pero tiene la ventaja de que sus datos son más actuales y reflejan con más propiedad la situación laboral que los Permisos de Trabajo al recoger a los del Régimen General y Comunitario.

Según la estadística de Permisos de Trabajo, el stock de trabajadores ecuatorianos en España era de 9.375 personas; en la misma fecha, las altas de Seguridad Social contabilizaban a 7.476 ecuatorianos. Según ambas fuentes existía un claro predominio de las mujeres (65%), la gran mayoría trabajaba como asalariado (más del 95%); las principales provincias de residencia eran, según la estadística de permisos de trabajo, Madrid (60%), Barcelona (11%), Murcia (8%), Navarra y Valencia (3% cada una); sin embargo, los más de

36.000 ecuatorianos con alta laboral en la seguridad social en abril de 2001 se distribuían de la siguiente manera: Madrid (46,5%), Barcelona (13,2%), Murcia (11,5%), Navarra y Valencia (algo más del 3%), Almería y Alicante (por encima del 2%). Más allá de las distintas cifras, el orden y la importancia de las principales provincias de inserción de la inmigración ecuatoriana se repite constantemente.

Ambas fuentes confirman que se trata, en gran parte, de personas recién incorporadas al empleo en España: el 79% tenía permiso de trabajo inicial y el 78% se había dado de alta en la Seguridad Social en los dos años anteriores.

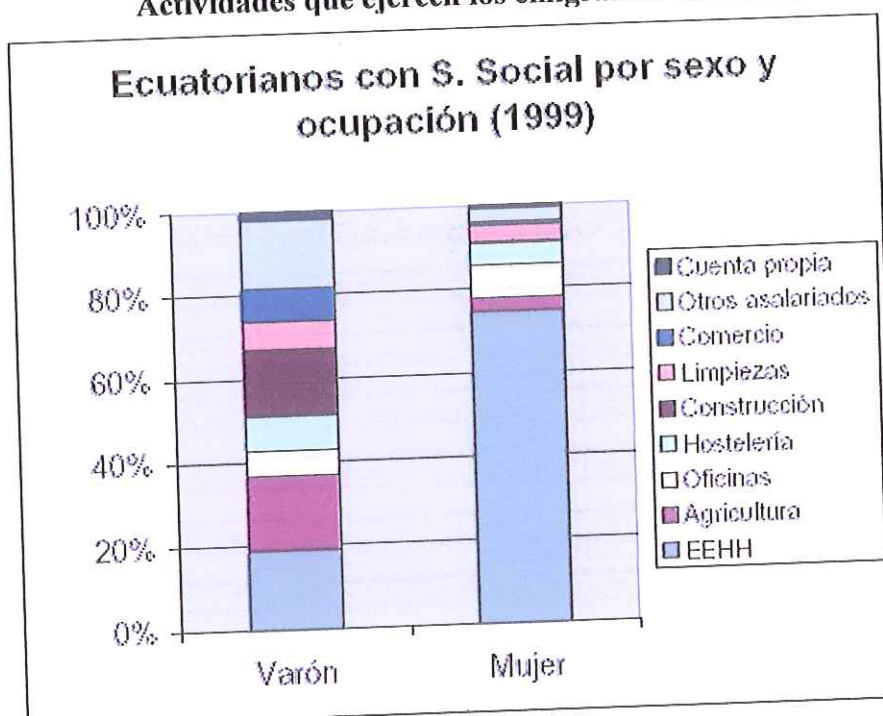
2.4 PROVINCIAS DE PROCEDENCIA DE LOS ECUATORIANOS QUE RESIDEN EN ESPAÑA.

La información estadística disponible en España (permisos de residencia, trabajo, padrones municipales, etc.) no recoge el dato de las provincias de origen de los extranjeros. Una posibilidad para conocerlo son las inscripciones consulares (que, no obstante, sólo registran a un sector menor de la inmigración); otra, menos fiable, las encuestas muestrales aplicadas en España en las que se recoge el dato de la provincia de origen.

Esta última fuente es la que aprovechamos nosotros aquí, a partir de dos encuestas por muestreo de cuotas (no aleatorias) que se aplicaron en la Comunidad de Murcia y en las provincias de Madrid, Barcelona y Málaga. Sabemos por los datos publicados por el Ministerio del Interior que en esas cuatro provincias reside el 78% de los ecuatorianos presentes en España, por lo que se pueden considerar representativas de la mayoría del colectivo.

En primer lugar se recoge una tabla con los datos de las dos encuestas citadas, a partir de la cual se hace una estimación del número de ecuatorianos por provincias de origen. Para hacer la estimación se baraja la cifra de un total de 125.000 ecuatorianos (media de una estimación a la baja entre 100.000 y 150.000, teniendo en cuenta que sólo en la ciudad de Madrid están empadronados 58.000 ecuatorianos).

Grafico No. 4
Actividades que ejercen los emigrantes ecuatorianos



Fuente: Enciclopedia de Internet

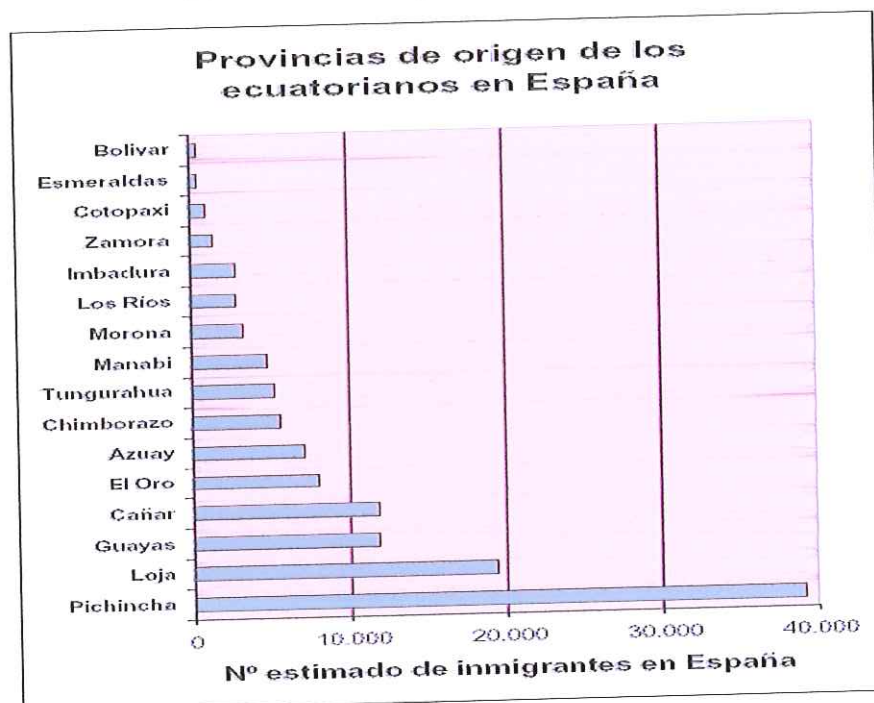
Casi un tercio de los ecuatorianos residentes en España procede de la provincia de Pichincha, según la estimación efectuada. En la encuesta de IOÉ, su principal lugar de asentamiento es Madrid y atendiendo al municipio de origen en la provincia de Pichincha, proceden de Quito el 80% y de otras localidades el 20%. El 75% de los inmigrantes de Pichincha ha venido a España entre 1997 y 2000.

Loja es la segunda provincia en importancia, tanto en la encuesta de IOÉ como en la aplicada en Murcia por Luc Pignol. El 48% habría llegado a España en los años 1999-2000.

En tercer lugar, aparece Guayas, primer colectivo ecuatoriano en Barcelona según la encuesta de Ioé. El 72% procede de la ciudad de Guayaquil, el resto de otras poblaciones de la provincia. El 67% habría venido a España en 1999-2000.

Cañar y Azuay destacan en la muestra de Murcia de Luc Pignol pero aparecen poco en las encuestas aplicadas por IOÉ. Para completar la información correspondiente a la provincia de Murcia hemos hecho algunas consultas a informantes de esa región, de las que se desprende que el colectivo más visible es el procedente de Pichincha y, en segundo lugar, el de Loja, pero que hay migrantes de todas las regiones de Ecuador.

Grafico No. 5
Provincias de origen de ecuatorianos



Fuente: Encuestas por muestreo en las Comunidades de Murcia, Madrid, Cataluña y Andalucía. Elaboración: Colectivo Ióé.

TABLA 1
PROVINCIA DE ORIGEN
DE LOS ECUATORIANOS RESIDENTES EN ESPAÑA

Provincia	Muestra A (1)	Muestra B (2)	TOTAL A+B	%	Estimación (3)
El Oro	5	12	17	6,4	8.019
Guayas	3	22	25	9,4	11.792
Los Ríos	3	3	6	2,3	2.830
Manabi	2	8	10	3,8	4.717
Esmeraldas	1	0	1	0,4	472
COSTA	14	45	59	22,3	27.830
Cañar	22	3	25	9,4	11.792
Loja	16	25	41	15,5	19.340
Azuay	12	3	15	5,7	7.075
Pichincha	8	75	83	31,3	39.151
Chimborazo	1	11	12	4,5	5.660
Bolivar	1	0	1	0,4	472
Cotopaxi	1	1	2	0,8	943
Imbabura	0	6	6	2,3	2.830
Tungurahua	0	11	11	4,2	5.189
SIERRA	61	135	196	74,0	92.453
Morona	7	0	7	2,6	3.302
Zamora	0	3	3	1,1	1.415
ORIENTE	7	3	10	3,8	4.717
TOTAL	82	183	265	100,0	125.000

Fuente: Enciclopedia de Internet

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO Y

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE

RESULTADOS

3.1 ENFOQUE DEL PARADIGMA DE LA INVESTIGACION

La investigación mantendrá un paradigma cualitativo, la cual se fundamentara a conocer la realidad de las comercializaciones de servicios y/o productos exequiales, mediante la investigación de campo a las funerarias del mercado y un segmento potencial de familiares de inmigrantes esmeraldeños en España e Italia; la selección de paradigma permitirá profundizar los sucesos del objeto de estudio.

Para desarrollar la investigación se la plasmará con criterio equilibrado, destacando la precisión, el alcance del universo que se estudiará. No obstante se apegará a la utilización de métodos cualitativos.

Se enfocará a ser objetivo en la búsqueda de la información en relación a los promedios estándares de comercialización de servicios funerales a los diferentes clientes o ciudadanos, los cuales se inclinen voluntariamente a elegir este producto, sea por la vía convenio, comercialización externa o venta internacional, que se generan por medio de las empresas proveedoras de este tipo servicios.

3.2 MODALIDAD DE TRABAJO.

Se utilizó esta modalidad de investigación de campo, ya que se tomó contacto en forma directa con la realidad del tema para así poder obtener información que satisfaga los objetivos de este proyecto. Se llegó a potenciales clientes para conocer el pensamiento del mercado. El método investigativo permitirá mediante el Internet obtener información sobre la población de inmigrantes ecuatorianos residentes en España e Italia.

Desde este contexto, la estructura y diseño investigativo partió mediante la aplicación del Método Descriptivo, el cual describe la realidad de los hechos, para así determinar la posibilidad de mejorar los procesos de marketing, ventas internas y externas, convenios particulares y empresariales, ubicados en los

cantones Esmeraldas, Quininde, La Concordia, Atacames, Muisne, Rioverde, Eloy Alfaro, San Lorenzo, el cual implique diversificar la gama de productos en los diferentes sectores objetivos destinados, de igual forma la expansión a nuevos mercados locales con vínculos con familiares inmigrantes en España e Italia; Además se aplicará el Método Explorativo, el cual dará el soporte básico en la análisis o estudio de los posibles clientes o usuarios que buscan soluciones exequiales a los familiares de ciudadanos esmeraldeños residentes en España Italia.

3.3 TIPO DE INVESTIGACION APLICADA

Para el desarrollo del presente proyecto, se hizo énfasis en la científica, la misma permitirá establecer reglas y obtener resultados a través del proceso que la caracteriza:

1. Observación.- Proceso que facilitó el conocer y entender la metodología, técnica y planes de ventas que actualmente posee el Camposanto Jardines de la Paz cuya finalidad es ofertar los diferentes los múltiples servicios exequiales a familiares de ciudadanos residentes en España e Italia y por ende expandir su posicionamiento a mercados internacionales.
2. Experimentación.- La misma se la orientó de forma personal para conocer el modo o estrategia que ejercen para aplicar la velación, transportación con carroza, arreglo funeral, misa de réquiem, sepelio; así como también sistematizar la automatización del inventario de servicios y productos que oferta Jardines de la Paz.
3. Inducción.- A través de la misma se llevó de los hechos particulares para establecer reglas generales.

Por lo tanto se enmarcó en la aplicación del método científico, por cuanto permitió conocer la realidad, sistematizar la información y resolver un problema en beneficio de la comunidad esmeraldeña y del país. Además contribuyó robustecer la obra, del método inductivo- deductivo a través de textos especializados, folletos, artículos de revistas e Internet.

Método Inductivo.

Porque me permitirá llegar a conceptos e interpretaciones validas para toda la población o universo investigado. De igual manera el análisis de los indicadores de carácter administrativo y económico me permitirá llegar a las conclusiones y la toma de decisiones de carácter general.

Método Estadístico

Porque después de que se termine de realizar las respectivas encuestas se procederá a efectuar tabulaciones con los resultados.

Método analítico – Sintético.-

Porque permitió realizar la síntesis para poder entender ciertos aspectos; dicha síntesis se explica en forma de redacción, gráficos, cuadros sinópticos y esquemas en general.

3.4 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación en referencia será considerada de carácter descriptiva-analítica. Es descriptiva debido a que se enmarca en opciones de situaciones reales que se han experimentado, información que será la parte principal del desarrollo del estudio que permitirá conocer cuan factible sería La propuesta de un plan comercial para soluciones exequiales de jardines de la paz para los inmigrantes esmeraldeños residentes en España e Italia., y analítica porque se analiza la situación del migrante Esmeraldeño.

3.5 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

3.5.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1.1 POBLACIÓN

Para establecer el análisis de forma clara y confiable se ha aplicado y tomado a los clientes y usuarios cautivos de Campo Santo Jardines de la Paz de la ciudad de Esmeraldas, a distintos ciudadanos esmeraldeños que actualmente residen en España e Italia.

3.5.1.2 MUESTRA: Para obtener la muestra, aplicaremos la fórmula recomendada de la estadística descriptiva.

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

E² = Error admisible de la muestra

400

$$n = \frac{400}{(5\%)^2 (400-1) + 1}$$

400

$$n = \frac{400}{0.0025 (399) + 1}$$

400

$$n = \frac{400}{0.0025 (400)}$$

400

$$n = \frac{400}{10}$$

10

$$n = 40$$

3.6 TIPO DE MUESTRA EMPLEADA.

Se aplicó el muestreo probabilístico con la modalidad de la selección del Conglomerado, ya que se orientó la búsqueda de la información a través de la división del universo en grupos; escogiendo entre ellos, la participación de los involucrados más relevantes que proporcionaran la información requerida.

Además se utilizó el muestreo no probabilístico con su modalidad cuotas, donde se aplicó entrevistas a ciertos números de Jefes, directores, funcionarios y usuarios que tenga estrecha relación con el objeto de investigación.

3.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

En esta investigación, a más de métodos será necesario recurrir a determinados medios que operativicen dichos métodos, aparecen entonces, las técnicas y los instrumentos.

LA OBSERVACIÓN: Se la realizó cuando visitamos las instalaciones físicas del Camposanto Jardines de la Paz ubicado en el sector la Y, vía a Atacames de la ciudad de Esmeraldas, para auscultar la capacidad y variedad de los productos y servicios que esta entidad ofrece a la colectividad Esmeraldeña y a los familiares residentes en España e Italia; los cuales servirán para reflejar un criterio analítico en el ámbito de comercialización y distribución de los productos a nivel internacional.

Entrevista.- Se aplicará a Familiares emigrantes en España e Italia de clientes actuales. Será estructurada de tal forma que permita obtener criterios acerca de: ¿Qué servicios o productos los ciudadanos esmeraldeños eligen para sus seres queridos fallecidos? ¿En dónde radica la incidencia de la poca seguridad de invertir en la provisión de espacios exequiales a largo plazo para el son familiar?, entre otros.

Encuestas.- Se aplicó a una masa de ciudadanos correspondientes a 200 clientes actuales de Camposanto De igual forma también serán encuestadas las personas como posibles clientes. Las encuestas fueron estructuradas con ítems que permitirán determinar si existe o no, la acogida de implementarse este servicio con cobertura internacional mediante buena administración, planificación de canales de comercialización de los diversos productos y/o servicios.

La muestra considerada en ambos grupos fue el universo total: 2 ejecutivos de la empresa privada, 10 funcionarios y 200 ciudadanos clientes activos, por ser un universo pequeño y en razón de querer conocer el criterio individual de cada uno.

Esta técnica nos ayudará a la recolección de información, la cual será captada, para luego ser tabulada, graficada, analizada y expuesta en este proyecto de investigación. Estas encuestas estarán destinadas a obtener datos e información relevante sobre los emigrantes esmeraldeños y potenciales clientes, con un universo de 348 personas aproximadamente para tener una idea más clara sobre la temática.

Obtenida en función de la aplicación de la fórmula finita de acuerdo a los 3750 clientes existentes en la empresa que nos permita a futuro analizar la factibilidad o no del proyecto.

Otra fuente de información importante para el estudio es la recolección de datos a través de Internet, proponiendo la creación de una página Web que permita a los clientes españoles o ecuatorianos residentes en Madrid, tener la correcta

información y acceso a un servicio exequial casi personalizado pudiendo realizar toda la gestión del servicio en la Web, superando las barreras geográficas existentes entre los países en cuestión.

Además, para el desarrollo del presente trabajo investigado, se realizaron **consultas bibliográficas** sobre el accionar de las diversas entidades públicas en el ámbito de los productos y servicios que actualmente ofertan varias entidades privadas en esta línea de negocio exequiales, a fin de conocer ampliamente su realidad.

Además se utilizó el muestreo no probabilístico con su modalidad cuotas, donde se entrevistara a ciertos números de ejecutivos y funcionarios que tenga estrecha relación con el objeto de conocer mejor el escenario de la administración , planificación y comercialización de los servicios y productos exequiales que oferta Camposanto Jardines de la Paz.

3.8 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Para estructurar de mejor manera el desarrollo y estudio del trabajo propuesto, es necesario que la recolección y obtención de la información sea de la forma más preciso y fehaciente, por lo tanto la recolección de la información se la realizó mediante la aplicación de encuestas y entrevistas con cuestionarios estructurados que contenían preguntas objetivas y prácticas las cuales se aplicaron a los demandantes de los servicios y/o productos que oferta Campo Santo Jardines de la Paz a la ciudadanía de Esmeraldas, y así como también los posibles clientes potenciales, familiares de esmeraldeños residentes España e Italia.

3.9 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.

De la información estructurada mediante la recopilación de los datos establecidos en el acápite anterior, se procederá a la tabulación de los resultados obtenidos y luego a su respectivo procesamiento y tratamiento, ésta información se la realizara mediante la presentación de gráficos, TABLAS, pasteles, diagramas o barras, para luego proceder a su respectivo análisis de la misma, la cual se estableció mediante un marco estadístico.

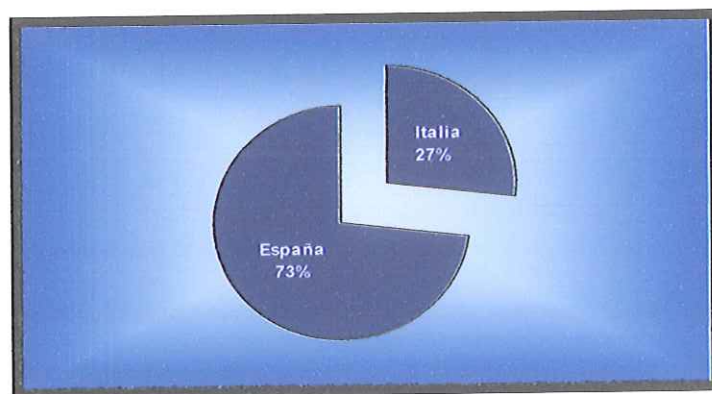
3.10 TABULACION DE DATOS DE LAS ENCUESTAS

1.- ¿Tiene ud. Familiares en España o Italia?

TABLA # 2
FAMILIARES EN ESPAÑA

Italia	54	27%
España	146	73%
Total	200	100%

GRAFICO No. 6



Fuente: Información directa
Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

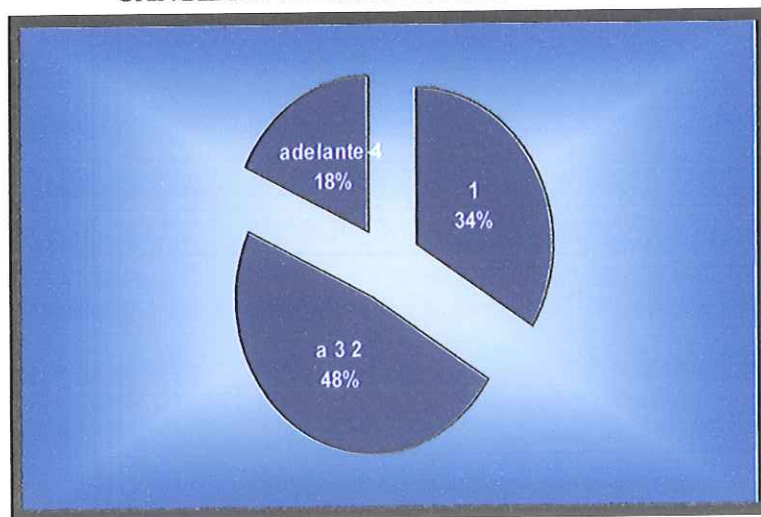
Dentro del entorno de la adquisición de servicios exequiales, la masa encuestada respondió en forma elocuente, de tal forma que un 73% expone su criterio y señala que Si tiene familia en el exterior, ya sea en España o Italia, desde hace algún tiempo; mientras que en otro grupo se erigió un 27% determinando que No se muestran poseen familiares fuera del suelo patrio.

2.- ¿Cuál es el numero de familiares en dichos países?

TABLA # 3
CANTIDAD DE FAMILIARES EN ESPAÑA

1	60	34%
2 a 3	88	48%
4-adelante	30	18%
Total	178	100%

GRAFICO No. 7
CANTIDAD DE FAMILIARES EN ESPAÑA



Fuente: Información directa
Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

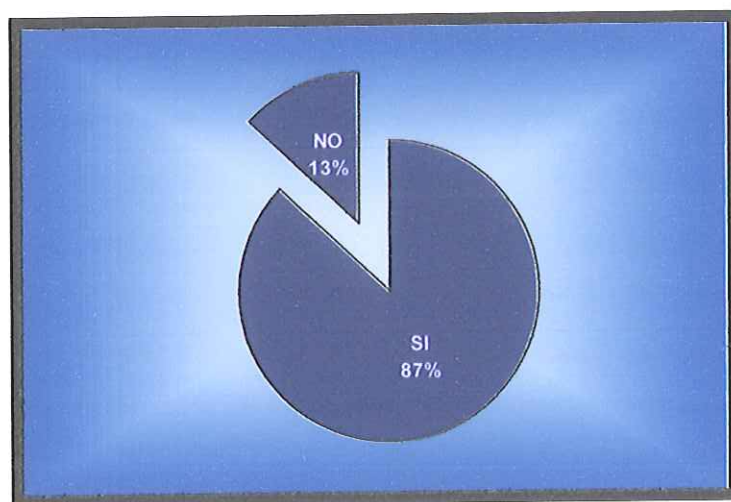
La investigación indica que parte de usuarios y clientes encuestados contestaron con un 48% declarando que Posee de 2 a 3 familiares residentes en España e Italia, lo cual favorece para los planes de negociación internacional de los servicios exequiales; desde otro punto de vista se refleja un 34% en la que revelan que al menos tienen al 1 pariente trabajando en tierras europeas, dando a entender que muy reducida su presencia. De la otra cara de la moneda se enfatiza un 18% que confiesa que simplemente poseen de 4 familiares en adelante, reflejando que es muy recudida su presencia en este continente europeo.

3.- A criterio suyo. ¿Cree que es importante la contratación previsiva de soluciones exequiales?

TABLA # 4
CONTRATACION PREVISIVA DE SOLUCIONES EXEQUIALES

SI	174	87%
NO	26	13%
Total	200	100%

GRAFICO No. 8
CONTRATACION PREVISIVA DE SOLUCIONES EXEQUIALES



Fuente: Información directa
Elaborado: Investigadora

4.- ¿En una escala de 1 al 5, entendiendo 1 como malo y 5 como excelente, califique el servicio de CEJARDEPA S.A. en los siguientes campos:

ALTERNATIVAS

- PUNTAJE 1 ()
- PUNTAJE 2 ()
- PUNTAJE 3 ()
- PUNTAJE 4 ()
- PUNTAJE 5 ()

Servicio en la Sala

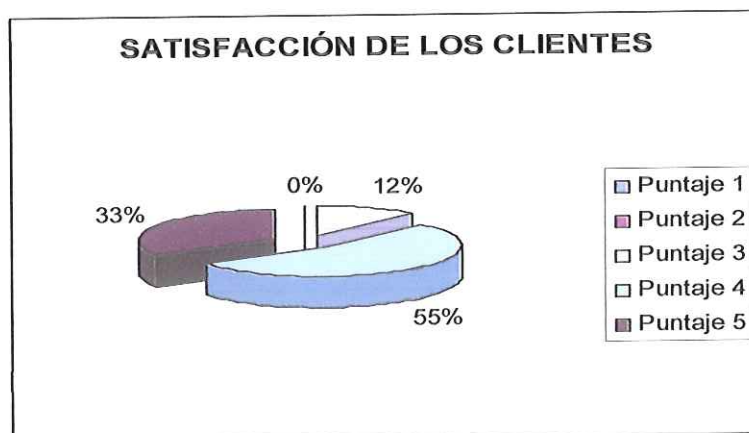
TABLA # 5
NIVEL DE SATISFACCION DE CLIENTES CEJARDEPA S.A

ALTERNATIVAS	POBLACIÓN	
	#	%
Puntaje 1	0	0
Puntaje 2	0	0
Puntaje 3	8	12
Puntaje 4	36	55
Puntaje 5	22	33
TOTAL	66	100

Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

GRAFICO No. 9
NIVEL DE SATISFACCION DE CLIENTES CEJARDEPA S.A



Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta realizada a los clientes del Campo Santo, emergió un 55% los cuales indican que el nivel de satisfacción es muy buena, dado que reviste la calidad, eficiencia y cumplimiento de las expectativas del usuario; desde otra arista se analiza el 35% de los encuestados, manifestaron que Buena es la calificación que se merece los servicios y productos de Campo Santo Jardines de la PAZ, donde prima la predisposición de otorgar una excelente atención a los familiares del extinto. Concluyendo la encuesta aparece un 12% denotando que la satisfacción es aceptable dado que en la entrega de los múltiples servicios, Jardines de la Paz cuenta con personal calificado para estos fines.

Servicio en Domicilio

ALTERNATIVAS

PUNTAJE 1 ()
PUNTAJE 2 ()
PUNTAJE 3 ()
PUNTAJE 4 ()
PUNTAJE 5 ()

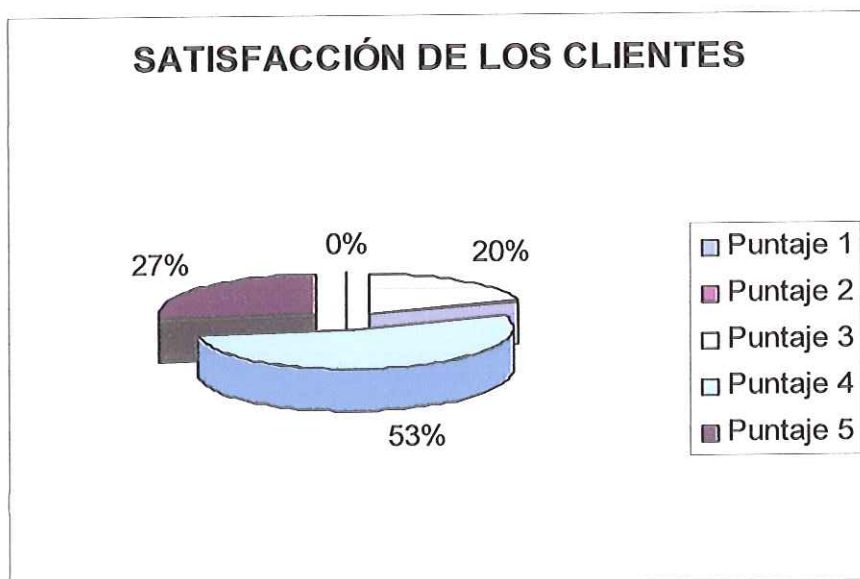
TABLA # 6
NIVEL DE SATISFACCION SERVI. DOMIC.

ALTERNATIVAS	POBLACIÓN	
	#	%
Puntaje 1	2	0
Puntaje 2	0	0
Puntaje 3	14	20
Puntaje 4	37	53
Puntaje 5	19	27
TOTAL	72	100

Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

GRAFICO N° 10
NIVEL DE SATISFACCION SERVI. DOMIC.



Fuente: Información directa
Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Referente a esta interrogante, los clientes cautivos locales brindaron su respuesta inicialmente con un 53%, los mismos que revelaron que dentro su experiencia en servicio a domicilio estiman que un 27% es de muy buena calidad dado que existe una soporte integral para la velación y acondicionamiento con todos los accesorios inmersos; desde otra diáspora nos especificaron con 20% que el servicio a domicilio es buena, ya que se encargan de colocar carpas, arreglos florales, recursos de velación incorporando valor agregado a uno de sus componentes para que el doliente mantenga tranquilidad y sosiego en esos momentos de dolor

Ceremonia Inhumación

ALTERNATIVAS

PUNTAJE 1 ()
 PUNTAJE 2 ()
 PUNTAJE 3 ()
 PUNTAJE 4 ()
 PUNTAJE 5 ()

TABLA # 7
NIVEL DE SATISFACCION CEREMONIA INHUMACION

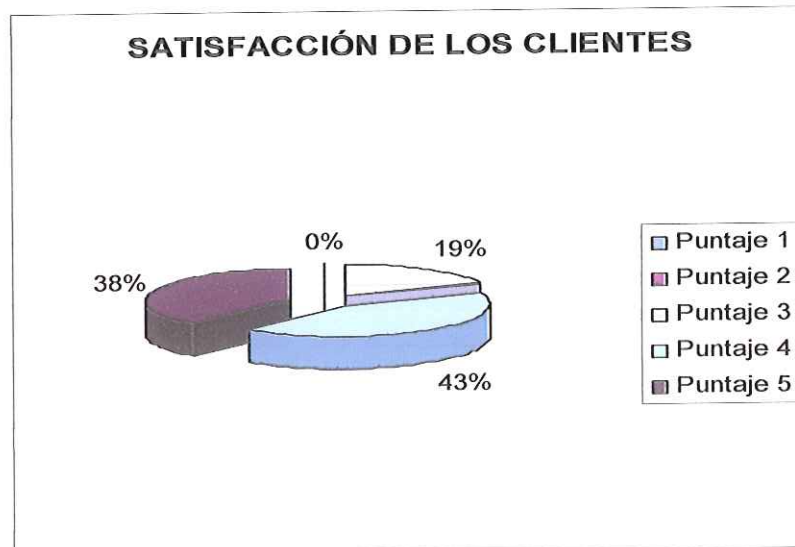
ALTERNATIVAS	POBLACION	
	#	%
Puntaje 1	0	0
Puntaje 2	0	0
Puntaje 3	15	19
Puntaje 4	33	43
Puntaje 5	30	38
TOTAL	78	100

Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

GRAFICO N° 11

NIVEL DE SATISFACCION CEREMONIA INHUMACION



Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En esta interrogante varios clientes de Jardines de la PAZ se inclinaron con un 43% reflejando de esta manera que la satisfacción en la Exhumación a sus familiares ha sido muy buena, dado esta entidad cuenta con todo los equipos necesarios para realizar este tipo de servicio a los familiares de los emigrantes que reside en España e Italia; desde otro punto de vista, se presenta un 38% en el cual se observa que la satisfacción es buena, ya que al momento de realizar la exhumación lo hacen con todo el equipamiento adecuado y le entregan al familiar en cofre y complementan con el servicio de carros, carrozas, y demás recursos para ejecutar este tipo de ceremonias especiales. Otro segmento del grupo de clientes se reafirman con un 19% con la atención es aceptable, puesto que a pesar de no haber ataúd y otros recursos para la velación, el personal preparado y calificado para estos fines y la logística se encuentran listos y prestos para desempeñarse en forma acorde.

Personal en General

ALTERNATIVAS

PUNTAJE 1 ()

PUNTAJE 2 ()

PUNTAJE 3 ()

PUNTAJE 4 ()

PUNTAJE 5 ()

TABLA # 8

NIVEL DE SATISFACCION PERSONAL EN GENERAL

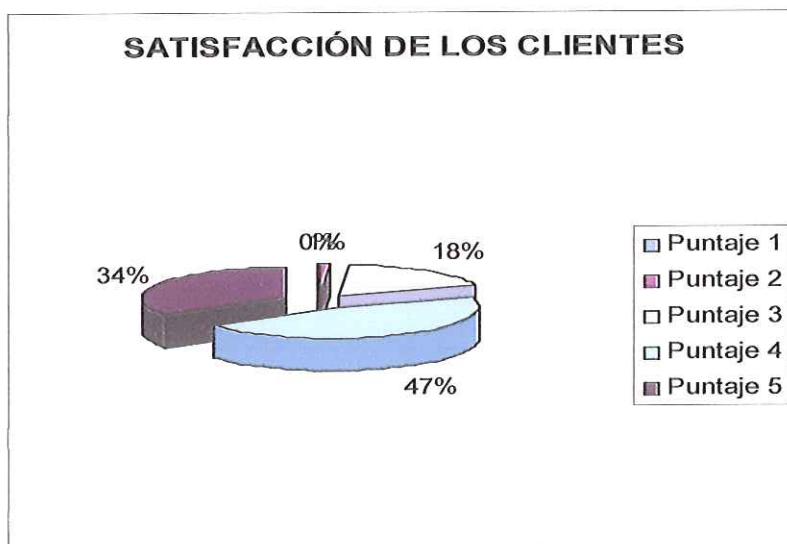
ALTERNATIVAS	POBLACIÓN	
	#	%
Puntaje 1	0	0
Puntaje 2	1	1
Puntaje 3	15	18
Puntaje 4	38	47
Puntaje 5	28	34
TOTAL	82	100

Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

GRAFICO N° 12

NIVEL DE SATISFACCION PERSONAL EN GENERAL



Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Dentro del desarrollo de la encuesta se obtuvo un 47% lo que manifiestan que es muy bueno el servicio del personal que presta los servicios en esos momentos de dolor, dado que muestran comprensión y sosiego a los deudos del familiar fallecido; por otro lado se observa que en un 34% declaran que es bueno el nivel de llegar psicológicamente a los parientes del extinto y además por estar atento para brindar varios tipos de soporte en este TABLA de dolor. Para finalizar se concluye que el 18% de los interrogados deducen que es aceptable el desempeño del recurso humano que labora en Jardines de la Paz, por cuanto su celeridad, eficiencia, responsabilidad y cumplimiento de sus tareas asignadas es notoria.

Instalaciones

ALTERNATIVAS

PUNTAJE 1 ()
PUNTAJE 2 ()
PUNTAJE 3 ()
PUNTAJE 4 ()
PUNTAJE 5 ()

TABLA # 9

NIVEL DE SATISFACCION INSTALACIONES

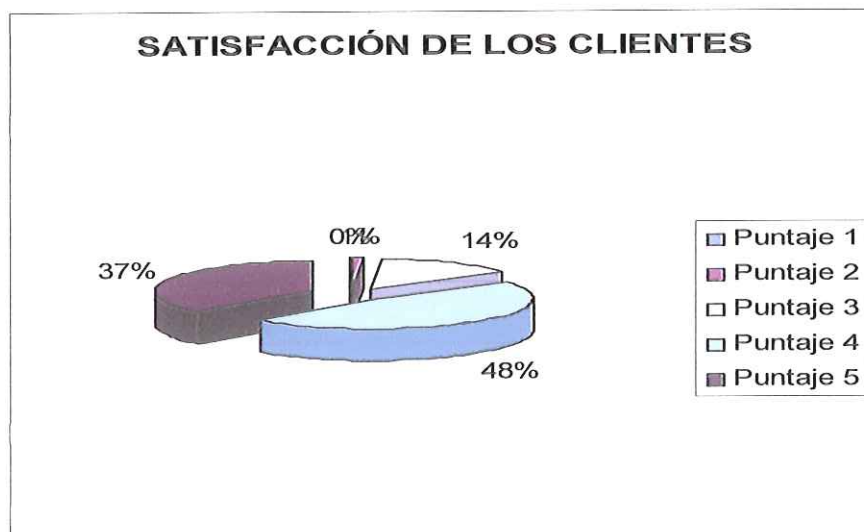
ALTERNATIVAS	POBLACIÓN	
	#	%
Puntaje 1	0	0
Puntaje 2	1	1
Puntaje 3	12	14
Puntaje 4	39	48
Puntaje 5	31	37
TOTAL	83	100

Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

GRAFICO N° 13

NIVEL DE SATISFACCION INSTALACIONES



Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En este escenario los grupos de clientes consultados, han mantenido un criterio vertical, por ello el 48% deduce que es muy buena la integridad de las instalaciones donde se realizan las velaciones, exhumaciones, sepelio, etc, formando todo un compendio de valor agregado para que los clientes se vayan complacidos por los servicios exequiales brindado; así mismo se define un 37% indicando que los clientes postulan su calificación como buena las instalaciones que posee Jardines de la Paz, anteponiendo que existe una calidad establecida y diferenciación sobre la capacidad de la competencia; de allí se aparece un 14%, valor simbólico que muestra que es aceptable la decoración, imagen y espacio logístico y mortuario para el familiar fallecido residente en España e Italia en el aspecto de complacerle con lo adecuado en estos momentos de resignación.

Planes de Financiamiento

ALTERNATIVAS

PUNTAJE 1 ()
PUNTAJE 2 ()
PUNTAJE 3 ()
PUNTAJE 4 ()
PUNTAJE 5 ()

TABLA # 10

NIVEL DE SATISFACCION FINANCIAMIENTO

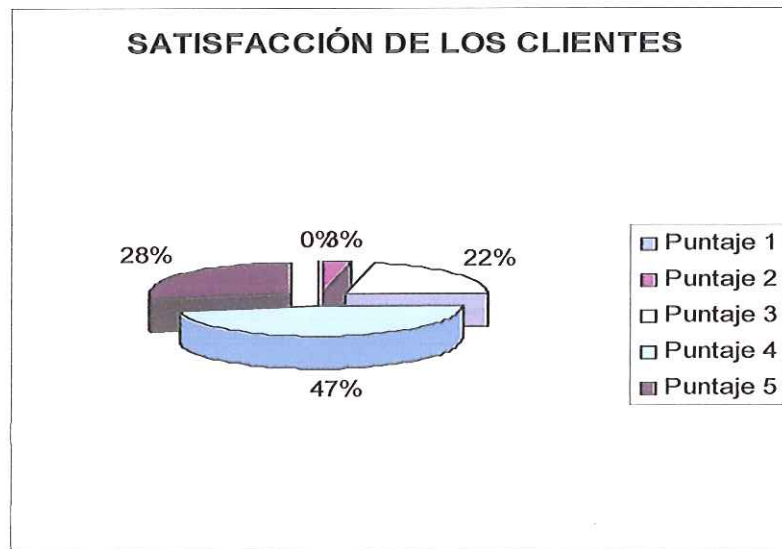
ALTERNATIVAS	POBLACIÓN	
	#	%
Puntaje 1	0	0
Puntaje 2	3	3
Puntaje 3	19	22
Puntaje 4	41	47
Puntaje 5	24	28
TOTAL	87	100

Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

GRAFICO N° 14

NIVEL DE SATISFACCION FINANCIAMIENTO



Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

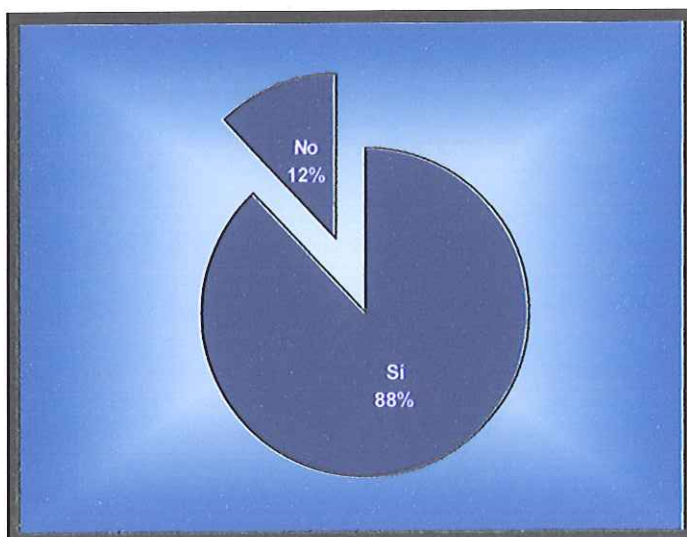
De igual manera los clientes encuestados hacen prevalecer su criterio particular y con ello demuestran con un 47% donde reflejan que es Muy bueno los canales de financiamiento en la etapa de compra o adquisición de un producto o servicio exequias, de allí muestra varios planes de pago en función al crédito directo, no hace falta garante ni otras garantías para lograr acuerdos de negociación; desde otra arista se mantiene un 28% los que declaran que es buena la metodología de pago a corto, mediano y largo plazo para que ese periodo se convierta en un usuario con diversos privilegios en los momento de luto. En la parte final se exhibe un 22% indicando que es aceptable la forma de pago, ya sea a través de un contrato, con cheques o tarjetas de crédito, las cuales se afiancen como herramienta de financiamiento para estos fines, considerando la mayoría de los clientes actuales han tomado este canal para adquirir un espacio exequial

5.- ¿Considera usted que CEJARDEPA S.A. ha cumplido con las expectativas que esperabas al momento de contratar?

TABLA No. 11
EXPECTATIVAS CUMPLIDAS

Sí	176	88%
No	24	12%
Total	200	100%

GRAFICO No. 15
EXPECTATIVAS CUMPLIDAS



Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta realizada a los clientes cautivos locales del Campo Santo “Jardines de la Paz, emergió un 88% los cuales indican que si ha cumplido con las expectativas propuesta por la empresa y la exigida por los clientes en varios ámbitos que involucre las ventas; desde otra arista se analiza el 22% de los encuestados, manifestaron que este patrón o modelo de exigencia para cumplir con las expectativas se debe a que existe un buen equipo de trabajo.

6.- ¿En su experiencia con CEJARDEPA S.A. ha sido atendido eficientemente y oportunamente?

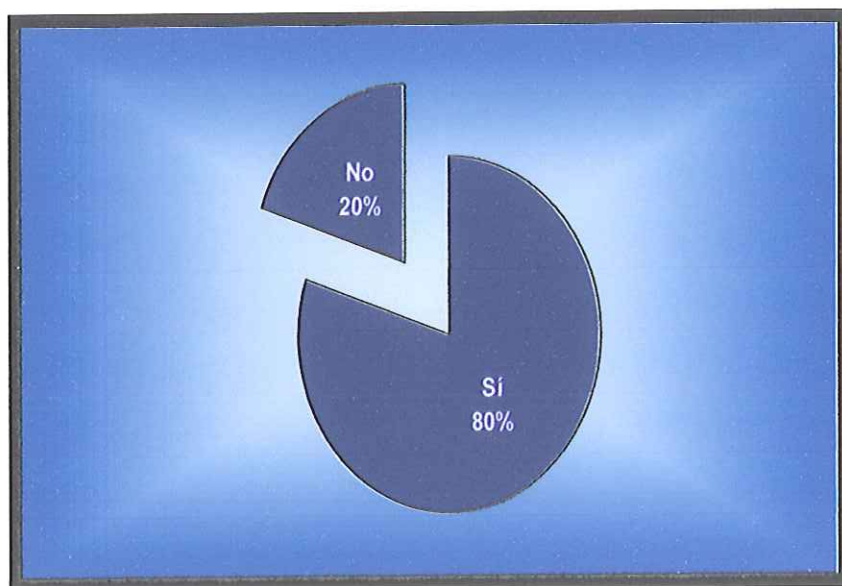
TABLA No. 12

ATENCION EFICIENTE

Sí	163	80%
No	37	20%
Total	200	100%

GRAFICO No. 16

ATENCION EFICIENTE



Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Referente a esta consulta, los clientes brindaron su respuesta inicialmente con un 80%, los mismos nos revelaron que dentro experiencia estiman si han sido atendidos eficiente y oportunamente en las diversas gestiones comerciales que pueden realizar los clientes para brindar a su ser querido una cristiana sepultura, o en su defecto negociar la adquisición de bóvedas; desde otra perspectiva se especificaron con 20% que NO se han

sido atendidos en forma amable, cordial, efectivamente al solicitar información sobre los distintos productos exequiales que posee el Campo Santo, denotando que una pequeña debilidad en parte del recurso humano.

7.- ¿Sabe si su familiar en el exterior tiene contratado algún servicio exequial?

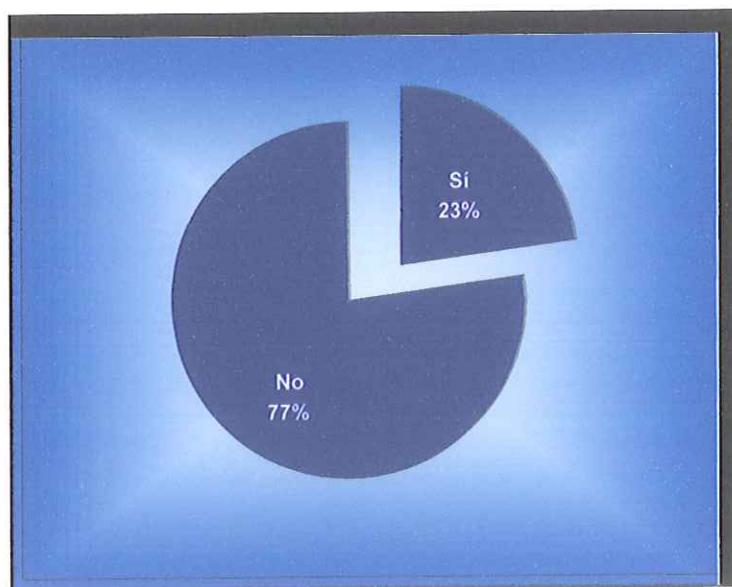
TABLA No. 13

CONTRATADO SERVICIO EXEQUIAL

Sí	46	23%
No	154	77%
Total	200	100%

GRAFICO No. 17

CONTRATADO SERVICIO EXEQUIAL



Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

8.- ¿Si existiera la posibilidad de contratar servicios exequiales en CEJARDEPA S.A. para la repatriación de cuerpos, cobertura de servicios, espacio y otros complementarios del sector funerario, fuera de interés suyo o de sus familiares ?

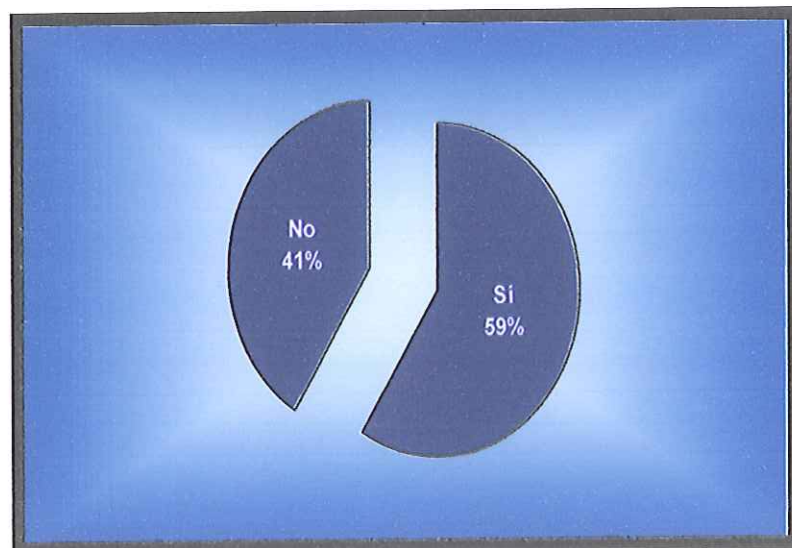
TABLA No. 14

Probabilidad de contratar servicios

Sí	119	59%
No	81	41%
Total	200	100%

GRAFICO No. 18

Probabilidad de contratar servicios



Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En esta interrogante varios clientes se inclinaron con un 59% reflejando de esta manera que SI fuera de interés personal o familiar para contratar los servicios de Jardines de la Paz, para realizar la repatriación del cuerpo de su ser querido con todos los servicios complementarios para su cristiana sepultura; desde otro punto de vista, se presenta un 41% en el cual exponen que NO se mostrarían interesados para que esta gestión se ejecuta, ya que es muy honorosa y demora, sólo esperarían sepultarla en la tierra donde falleció, lo que indica que cierta población encuestada aun se encuentra apática para contratar los servicios exequiales, aunque si existen la solvencia económica.

9.- ¿Recomendaría usted la compra de este tipo de soluciones exequiales a sus familiares en el exterior?

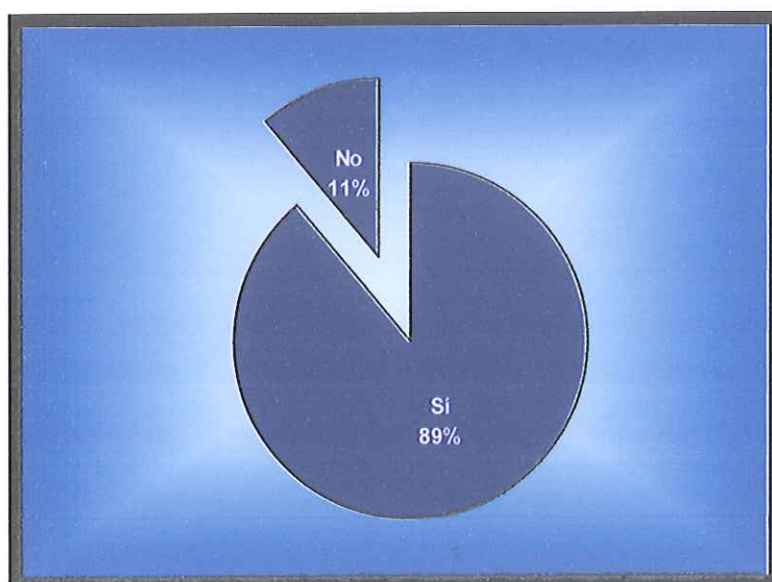
TABLA No. 15

Soluciones exequiales a familiares en el exterior

Sí	178	89%
No	22	11%
Total	200	100%

GRAFICO No. 19

Soluciones exequiales a familiares en el exterior



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

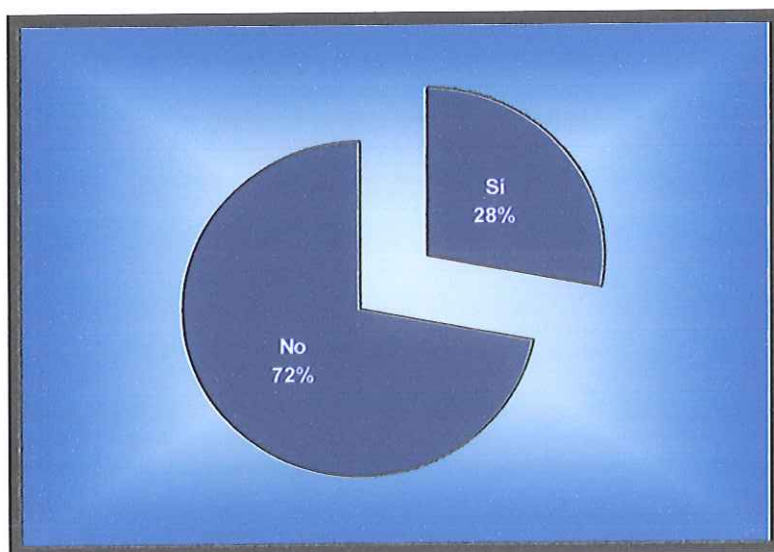
Dentro del desarrollo de la encuesta se obtuvo un 89% lo que manifiestan que Si recomendarían adquirir los servicios exequiales del Campo Santo Jardines de la Paz, dado que si cumplen con lo ofertado, Velaciones, sepelio, transportación en carroza, arreglos florales y espacio funeral, por lo que se garantiza la calidad del mismo; por lado se observa que en un 21% declaran que NO llegarían a recomendar a los familiares que viven en el exterior, ya que consideran no están preparados para atender a ciertos clientes que necesiten repatriarlos y mantener los cuerpos en buen estado hasta llegar al punto de origen (Esmeraldas) y a su vez por la poca efectividad en la tramitación para este efecto.

10.- ¿Considera ud. Confiable realizar compras por internet?

TABLA No. 16
Comprar por Internet

Sí	57	28%
No	143	72%
Total	200	100%

GRAFICO No. 20
Comprar por Internet



Fuente: Información directa
Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En este escenario los grupos de clientes interrogados, han mantenido un criterio vertical, por ello el 72% indican que no existe una seguridad tangible al realizar compras por medio de la Internet, dado que las 2 partes son virtuales o remotas, donde solo impera la seriedad y el cumplimiento, aunque con este compromiso contractual entre comprador y vendedor, no cabe duda hay muchos riesgos que asumir; así mismo se define un 28% indicando que muchos clientes SI mantienen la seguridad de adquirir los servicios exequiales por la WEB, aunque muchos de ellos no dominan con claridad este entorno, de ahí que muchos de ellos si confían, ya que no es necesario visitar en forma física y personal a las oficinas del Campo Santo; ya que desde la pagina Web puede suscribirse, negociar una bóveda, comprar los servicios mortuorios para algún familiar fallecido

11.- ¿Ha adquirido algún producto o servicio por internet?

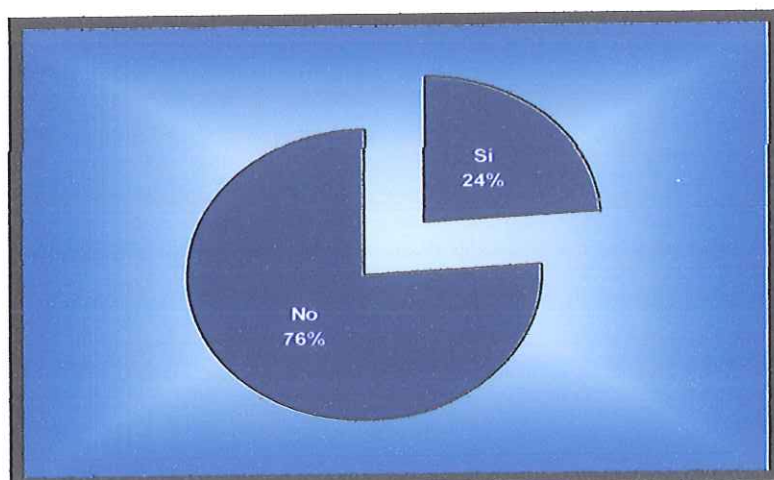
TABLA No. 17

Frecuencia de Adquisición por Internet

Sí	48	24%
No	152	76%
Total	200	100%

GRAFICO No. 21

Adquisición por internet



Fuente: Información directa
Elaborado: Investigadora

12.- ¿Bajo que modalidad de pago adquirió dicho servicio o producto?

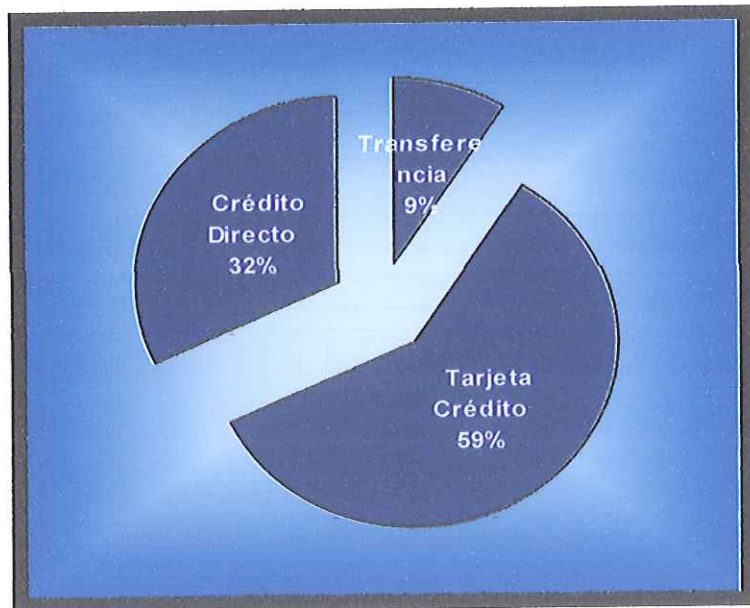
TABLA No. 18

Modalidad de pago

Transferencia	4	2 %
Tarjeta Crédito	26	13 %
Crédito Directo	14	7 %
Total	44	22 %

GRAFICO No. 22

Modalidad de pago



Fuente: Información directa
Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el desarrollo de esta obra se canalizó su información, con los siguientes resultados, un 59% de los clientes estiman que la tarjeta de crédito es la herramienta que mas utilizan para cancelar los servicios y productos que se adquieren, de allí que todo lo expende Jardines de la Paz posee esta facilidad de pago; desde otro campo se levanta un 32% el que indica que es el crédito directo el que prefieren, cancelando cuotas mensuales en forma personal en las oficinas administrativas. Para concluir se denota un 9% en manifiesta que es la transferencia electrónica por la que se inclinan, desde el país de España, Italia o Ecuador, enfatizando que es mas utilizado por los emigrantes.

13.- ¿Usted o su familiar posee tarjeta de crédito?

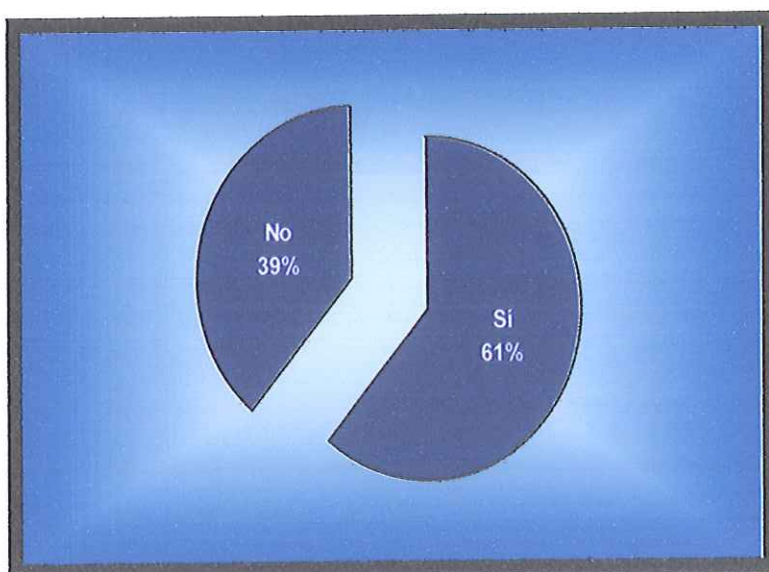
TABLA No. 19

Posee tarjeta de crédito

Sí	122	61%
No	78	39%
Total	200	100%

GRAFICO No. 23

Posee tarjeta de crédito



Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En lo concerniente a posesión de tarjeta de crédito por parte de los familiares en el exterior, la población encuestada tuvo una presencia con un 61% determinando que Si la tienen para efectuar diversas gestionar comerciales, ya que esta facilita la obtención de diversas compras ya sea en línea (internet) o en forma convencional; no obstante otra parcela de clientes respondieron con un 39% que NO tienen este tipo de tarjeta para ejecutar varias transacciones comerciales, dado que no posee la solvencia económica o mantienen la disciplina del ahorro, y solo se proyectan a comprar lo necesario en el momento adecuado.

14.- ¿Cuál sería la solución exequial de su elección?

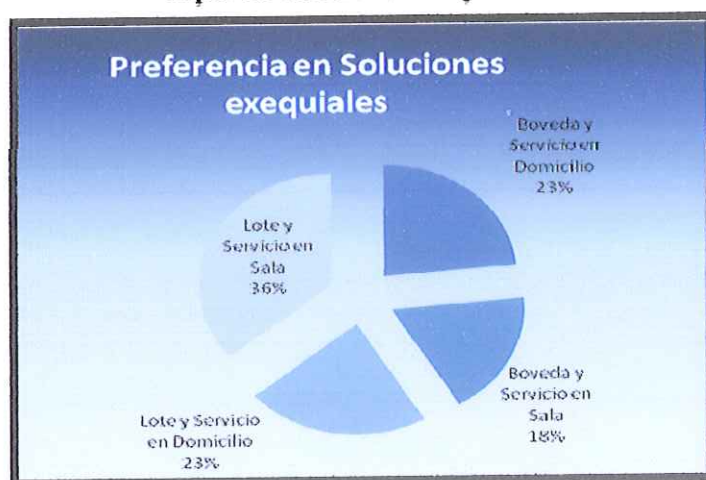
TABLA No. 20

Tipos de soluciones exequiales

Bóveda y Servicio en Domicilio	47	23,50%
Bóveda y Servicio en Sala	36	18%
Lote y Servicio en Domicilio	45	22,50%
Lote y Servicio en Sala	72	36%
Total	200	100%

GRAFICO No. 24

Tipos de soluciones exequiales



Fuente: Información directa

Elaborado: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el ámbito de los tipos de paquetes exequiales que se ofertan en el Campo Santo, la masa encuestada se inclinó significativamente con un 36% por la compra de Lote y servicio en SALA, lo que especifican que si están capacitados para invertir en previsiones a futuro; mientras que grupo de clientes indican con 23,50 la mejor elección es adquirir bóveda y servicio a domicilio. Frente a esta realidad se remonta un 22,5% que señala que prefieren comprar Lote y servicio en domicilio. Desde otro segmento se muestra con un 18% que ciertas personas logran acordar que si comprarían Bóveda y servicio de sala.

RESULTADO DE LA ENTREVISTA

PERSONAS ENTREVISTADAS:

- 1.-RONNY LLERENA SALAZAR - MADRID
- 2.-MARIA ARBOLEDA - MADRID
- 3.-MARIANELA MENDOZA – ALMERÍA
- 4.-EDILMA MORA GILER – ALMERÍA
- 5.-JOSE PRECIADO MARTINEZ – ROMA (ITALIA)
- 6.-ALEJANDRINA WINNINGTER – BARCELONA
- 7.-KATTY BONE MORENO – FLORENCIA (ITALIA)
- 8.-NARDA SOLORZANO TENORIO – BARCELONA
- 9.- CHANELA ESTRADA MATA – MADRID
- 10.- JENNY ESTUPIÑAN LETAMENDI – MADRID
- 11.- DIANA STOPPER PINTO – BILBAO

Después de haber realizado las entrevistas a varios emigrantes Esmeraldeños residentes en distintas ciudades de España e Italia, obtuve como resultado que de las 14 personas entrevistadas el 65% tiene como previsto regresar al país dentro de algunos años, mientras que el porcentaje restante se encuentra inseguro. Entre las personas entrevistadas la mayoría tenía claro el concepto de SERVICIOS EXEQUIALES, a excepción de la Sra. Marianela Mendoza residente en Almería- España y el Sr. Ronny Llerena quien considera nunca haberse interesado por el tema. Con respecto a los planes de servicios exequiales todos cuentan con el seguro de ley por el trabajo, el mismo que es personal pero no tienen contratado seguros para sus familias en el caso que algún suceso inesperado como este se presente. La Sra. Narda Solórzano acoto que para ella es de suma importancia este tema ya que hace dos años tuvo que pasar por un problema como este, y debido a su ausencia tuvieron muchas complicaciones a la hora de contratar, a esto se suma la falta de disponibilidad suficiente de dinero pues atravesar por este hecho hace incurrir en gastos verdaderamente fuertes para los que uno rara vez se prepara por cuenta propia, o estima un ahorro para esa clase de situaciones; La Sra. Katty Moreno radicada en Italia desde hace 7 años comento que ha recibido información por parte de sus familiares en Esmeraldas – Ecuador acerca de los servicios y productos que ofrece JARDINES DE LA PAZ, y tiene en mente para su próxima visita al país venir a conocer los planes de financiamiento, y así poder llegar a celebrar un contrato previsorio para estar preparado ante cualquier eventualidad.

Todas las personas entrevistadas consideraron importante que si algún suceso como este llegase a ocurrir en sus familias contar con la asistencia total de una buena empresa, pero por sobre todo acoto el Sr. José Preciado que no se tenga la presión de que si la familia no cuenta con el dinero en el momento no se les atiende, ya que ellos estando lejos verían la forma de hacer llegar el dinero posteriormente, ya que si la empresa se lo exige en el momento y no hay disponibilidad ni del dinero ni medios de envío habría que recurrir a prestar o a solicitar la ayuda de alguien en el momento, y que mejor con una empresa que brinde la asistencia en el momento asegurándose que durante el servicio se va a llevar a cabo la cancelación. Al momento de hablar de dicha existencia se les hablo un poco sobre la previsión como alternativa para estar preparado para ese momento, lo que constituye realizar un contrato pre-necesidad, La señora Diana Stopper dijo que ella no considera importante hacer un contrato previsorio ya que cuando un hecho como ese ocurra entre todos los de la familia tendrían que hacerle frente sin importar cuanto haya que gastar, o que eso los lleve a endeudarse; mientras que Chanela Estrada dijo haber adquirido ya un espacio y que considera que el servicio es mucho importante porque es algo que no puede esperar y que si ella puede quitarle una preocupación a su familia que mejor que comprando algo en cuotas y que incluso le dará tranquilidad personal frente a ese hecho del que nadie está exento.

Otra de las preguntas que se realizo es que si realizarán una compra como esta cual sería la forma de pago a utilizar, pues la mayoría respondió que transferencia, o enviarían el dinero a sus familias para que realicen el pago de las cuotas, solo la Sra. Solórzano y el Sr. Preciado que para ellos es preferible pagar con tarjeta de crédito que constituye un

pago de contado y quedarse endeudados directamente con la entidad financiera. El tiempo promedio de financiamiento entre los entrevistados es de 18 meses.

El internet es una de la herramientas actuales de comunicación mas importantes en influyentes del mundo acoto el Sr. Llerena y es utilizado por todos especialmente para la comunicación con los nuestros, y para todas las actividades que realizo. Con esta pregunta surge una nueva interrogante, para quienes se interesaron que si estarían dispuestos a visitar el portal de JARDINES DE LA PAZ, en donde encontrarían la información completa sobre los planes de financiamiento dirigido especialmente para ellos sobre los paquetes exequiales que podrían adquirir, las personas interesadas dijeron que por supuesto muchos más si se tiene asistencia on – line lo que permitiría que se despeje cualquier duda, dice que eso podría facilitarle las cosas ya que estarían en contacto directo con la personas vinculadas en el campo y no tendrían que esperar a su venida al Ecuador para poder conocer sobre esta clase de servicios comento Sra. Alejandrina Winningter, Mientras que todas las personas encuestadas estuvieron de acuerdo con el envío de boletines de publicidad electrónicos.

4.1 Mercado proveedor.

JARDINES DE LA PAZ tiene como misión de satisfacer las necesidades exequiales, así mismo la solución a sus clientes, mediante la prestación de un servicio profesional y eficiente de la mejor calidad.

Con el lema “ANTICIPARNOS AL MAÑANA ES LO QUE NOS HACE PLANEAR CON PRECISION Y CERTEZA NUESTRO FUTURO Y EL DE NUESTROS SERES QUERIDOS.”, ofreciendo este proyecto para la ampliación de sus clientes trascendiendo barreras geográficas e implementando sus servicios vía Internet.

4.1.1 Principales proveedores – Jardines de la Paz

TABLA No 21

LISTA DE PROVEEDORES

PROVEEDOR	BIEN / SERVICIO	CALIDAD	UBICACION
OVERSEAS	COFRES	EXCELENTE	NACIONAL
CAFRES S.A.	COFRES	BUENA	NACIONAL
INDUSTRIA FUNEBRE	CAPILLAS, Y OTROS	EXCELENTE	INTERNACIONAL
CORP. FAVORITA	INSUMOS VARIOS	BUENA	NACIONAL
MORTUARY	INSUMOS VARIOS	EXCELENTE	INTERNACIONAL
TECNO HOME	EQUIPOS COMPUTO	BUENA	NACIONAL
	INTERNET	EXCELENTE	NACIONAL

4.2 Mercado Competidor

Jardines de la Paz es una empresa líder en el mercado esmeraldeño, se hace referencia a dos empresas que no son competencia pero están vinculadas al ámbito funerario son los SERVICIOS EXEQUIALES VELASCO “SEQVEL” y CREMACIONES ESMERALDAS, ponen al servicio de los esmeraldeños, una gran variedad de modelos y tamaños de cofres mortuorios y servicios exequiales. Aunque no ofrece el servicio total que ofrece Camposanto Jardines de la Paz, es tomado en cuenta, para el análisis de mejores ofertas, que permitan equipara la totalidad del mercado esmeraldeño, al igual que varias de las funerarias ubicadas en el cantón en cuestión tales como Cremaciones Esmeraldas, y las funerarias tradicionales.

Ambas empresas tienen múltiples servicios que ofrecer en el mercado, sin embargo, no ofrecen la totalidad de un verdadero servicio exequial, que permita que los deudos la posibilidad de estar sin preocupación alguna más que vivir su dolor.

4.2.1 Precios del Competidor

A continuación se presenta algunos de los precios que maneja en cuanto a los servicios exequiales que ofrece SEQVEL y CREMACIONES ESMERALDAS:

TABLA No. 22

Nomina de competidores

EMPRESA	SERV. BASICO	SERV. INTERMEDIO	SERV. DE LUJO
CREMACIONES ESMERALDAS	750	900	1300
SEQVEL	650	800	1200

<http://www.guimun.com/ecuador/negocios/1847/servicios-exequiales-velasco>

4.2.2 Posición del Proyecto frente a la Competencia

La posición de la empresa es clara, aprovechar la nueva tendencia de ofertar los servicios que contengan los siguientes aspectos fundamentales:

- Servicios exequiales pre pagados a residentes en el exterior
- La confianza de tener verdaderos profesionales en el campo para un mejor servicio
- La facilidad de obtener los servicios completos de manera fácil vía internet.
- Alianzas estratégicas, que permitan conformar un verdadero equipo de trabajo a favor de los esmeraldeños.
- Ofrecer espacios funerarios exclusivos de Camposanto Jardines de la Paz
- Planes pre pagados hasta 4 años plazos individuales y corporativos
- Mantenimiento del camposanto y espacios contratados por la empresa

Estos aspectos fortalecerán a la empresa en su actividad y acaparar el mercado, ofreciendo un servicio exclusivo para todos los status sociales.

4.2.3 Estrategia Comercial

La Estrategia Comercial que se aplicará estará enfocada a la experiencia y reconocimiento ganado de Camposanto Jardines de la Paz, como la primera opción en la adquisición de servicios exequiales y espacios mortuorios.

Uno de los efectos positivos de la crisis económica mundial que se ha venido experimentando es el auge de las transacciones electrónicas. Los internautas se están dando cuenta por fin de que comprar en la red suele salir bastante más barato que hacerlo 'in situ', además de tener al alcance de un clic un montón de artículos a los que no se podría acceder si no cogemos un avión con destino Estados Unidos, Alemania o Japón.

Este proyecto utilizará la categoría compañía - cliente, donde se puede comparar con la venta al detalle de manera electrónica. Esta categoría ha tenido gran

aceptación y se ha ampliado sobre manera gracias al WWW, ventaja que será utilizado para la obtención de nuevos clientes.

Mejorará aspectos importantes en la empresa como:

- Creación de canales nuevos de marketing y ventas
- Acceso interactivo a catálogos de productos, listas de precios y folletos publicitarios.
- Venta directa e interactiva de productos a los inmigrantes esmeraldeños.

4.2.3.1 Mercado Distribuidor

El proyecto parte de una empresa ya formada, la manera de distribución deberá efectuarse a nivel internacional de manera que sea conocida la existencia de este tipo de servicios.

Deberá realizarse una fuerte campaña de marketing. El modo de operación a nivel de Ecuador para la cobertura de servicios será el mismo que se da en la actualidad, a excepción de que se parara informe vía electrónica de todo el proceso del servicio a la persona interesada o contratante.

4.2.4 Análisis FODA

A continuación se presenta el análisis FODA de la empresa:

4.2.4.1 Fortalezas

- Mercado de la nostalgia que garantiza la adquisición del servicio completo por parte de los esmeraldeños residentes en el extranjero.
- Experiencia de Camposanto Jardines de la Paz, brinda la seguridad necesaria para que la expansión del servicio sea un éxito.
- Posibilidad de expandir la cobertura del proyecto en caso de ser necesario, a otros países, ya que la demanda en potencia es muy amplia frente la oferta del proyecto.

- Las competencia actual no brinda el servicio completo necesario para una verdadera competencia, convirtiéndose en una oportunidad a aprovechar
- Disponibilidad de servicio todos los días del año, las 24 horas.

4.2.4.2 Oportunidades

- El mercado de la Nostalgia una oportunidad de crecimiento aprovechando las altas tasas de migración
- La ampliación de la cobertura del mercado interno aprovechando la gran experiencia del importador.
- Mejora e innovación tecnológica a través del Internet nos permitirá un rápido contacto con los futuros compradores del producto.
- El manejo de servicios exequiales electrónicos que responden a las tendencias de consumo existentes actualmente como el cementerio virtual.
- Venta directa e interactiva de productos a los migrantes esmeraldeños.
- Permitirá realizar alianzas estratégicas, que permitan conformar un verdadero equipo de trabajo, favoreciendo a los clientes esmeraldeños en la prestación de mejores servicios.
- El proceso migratorio creciente, favorece a la implementación de este proyecto que año a año obtendrá mayor margen de utilidad.

4.2.4.3 Debilidades

- Falta de cobertura a nivel internacional, o de conocimiento por parte de los inmigrantes Esmeraldeños
- Competencia local existente por la buena acogida del servicio exequial en el mercado esmeraldeño
- Precios más altos debido al servicio a implementar vía web.
- Falta de comunicación de familiares en el extranjero con los de Ecuador

4.2.4.4 Amenazas

- Pérdida de costumbres e inserción a la cultura española e italiana
- Dificultad para obtener información técnica y de mercado acerca del servicio por fenómenos naturales (La niña, ceniza, erupción volcánica).
- Inestabilidad social y política del Ecuador.
- Desconfianza por compras on-line

4.2.5 Objetivos de la Investigación de Mercado

La Oportunidad

La oportunidad de crecimiento constante en las empresas actuales, obliga a los empresarios a elaborar mecanismos que permitan un crecimiento en todos los aspectos de una empresa, una de ellas es la expansión del mercado.

Acogiéndose a este aspecto Camposanto Jardines de la Paz con la presentación de este proyecto, que permitirá la obtención de un nuevo nicho en el mercado extranjero, utilizando las ventajas actuales del Internet para la comercialización de servicios exequiales a los migrantes esmeraldeños en los países de España e Italia, intenta romper estas barreras geográficas y obtener una oportunidad de crecimiento a bajo costo a través de esta tendencia actual.

4.2.5.1 Objetivos generales

- Comprobar si el 50% de los familiares de los emigrantes en el exterior recomendarían la adquisición de esta clase de servicios a través de la página web
- Identificar el nivel de satisfacción de los clientes actuales que tiene Cejardepa S.A. con la finalidad de definir el posicionamiento y satisfacción en la demanda local.

4.2.5.2 Objetivo específico:

- Determinar si el uso de tarjetas de crédito es una herramienta de compra utilizada por los emigrantes en España e Italia
- Determinar el nivel de satisfacción de los clientes locales en cuanto al servicio
- Determinar el nivel de satisfacción de los clientes locales frente a la previsión
- Desarrollar las mejores opciones de servicios para que la compra de los servicios exequiales en la página web sea un éxito.

4.2.6 Necesidades de Información

- Determinar el conocimiento de los clientes sobre los servicios exequiales
- Conocer los hábitos de la adquisición de servicios exequiales por los migrantes esmeraldeños.
- Enfocar los principales segmentos y áreas de servicio de CEJARDEPA S.A.
- Conocer la posición de los clientes frente a la previsión
- Enfocar las falencias percibidas por los clientes en los servicios de CEJARDEPA S.A.
- Conocer referencias de clientes potenciales en los países a los cuales queremos ingresar a ofertar
- Determinar la frecuencia con la que los entrevistados utilizan el internet para sus labores diarias.
- Obtener las mejores opciones exequiales en la página web, que permita la obtención de clientes y el buen funcionamiento del nuevo canal de ventas
- Conocer el hábito de compra de los clientes para considerarlos en el desarrollo de la página web
- Establecer cuáles serían los parámetros necesarios a incluir en la página web.

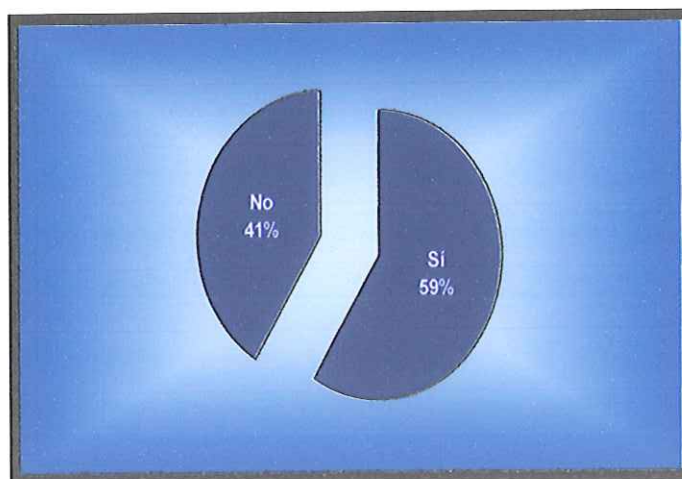
- Obtener las mejores opciones exequiales en la página web, que permita la obtención de clientes y el buen funcionamiento del nuevo canal de ventas.

4.2.7 Definición de hipótesis

5.2.6.1 Comprobar si el 50% de Esmeraldeños residentes en España o Italia estarían dispuestos a adquirir esta clase de servicios.

TABLA ENCUESTAS REALIZADAS.

Sí	119	59%
No	81	41%
Total	200	100%



Fuente: Información directa

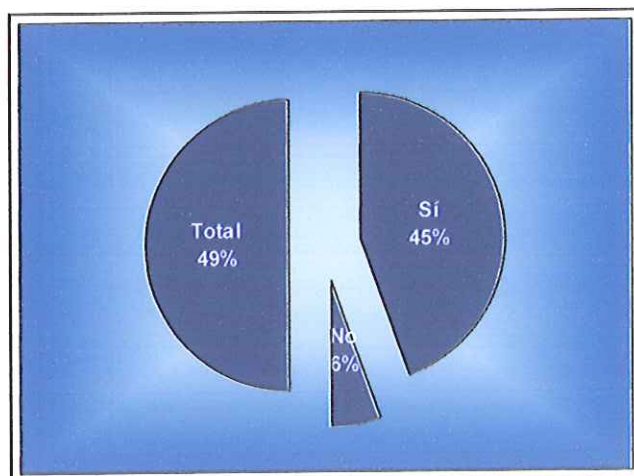
Elaborado: Investigadora

Confirma en su totalidad la información obtenida de los grupos investigados (clientes, funcionarios y Gerente) coinciden con un 59% que SI estarían dispuestos a adquirir esta clase de servicios y/o producto intangible, como lo son, los exequiabes, ya que mantienen una oferta muy favorable, para sus familiares residente en España e Italia, por lo que existe una apertura en la

demanda de este tipo de servicio en los migrantes; y por consiguiente contribuye a una solución para el problema de velación, repelió y adquisición de espacios mortuorios; ya que al no tenerlos se ven afectados emocionalmente por no saber enfrentar este problema que se presenta en aquellos momentos de dolor y angustia, lo que los conlleva a clima de calma, paz y sosiego espiritual.

5.2.6.2 Comprobar si el 50% de familiares de los emigrantes en el exterior recomendarían la adquisición de estos servicios a través de la página web.

Sí	178	89%
No	22	11%
Total	200	100%



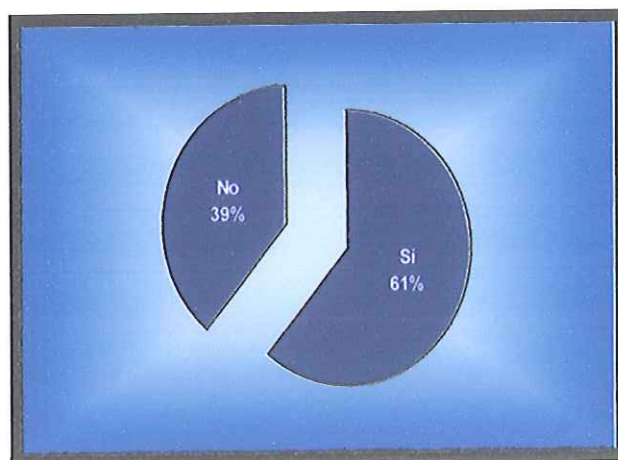
Fuente: Información directa
Elaborado: Investigadora

Esta hipótesis fue comprobada con la información obtenida especialmente de las experiencias vividas por los familiares de los emigrantes en el exterior, estableciendo una respuesta contundente con un 49% en la adquisición de estos servicios a través de la página web, dado que en ella se puede encontrar una información variada y actualizada con la inclusión de los paquetes exequiales

que se ofrecen en el Campo Santo Jardines de la Paz, además en este portal WEB el usuario final puede realizar un pre-contrato solicitando un determinado producto y/o servicio exequial para una persona, dos o familia integra; todo ello es viable ya que cuenta con una base de datos, que registra los posibles clientes y también los que cancelan sus valores mediante crédito directo, tarjeta de crédito y/o transferencia respectiva ejecutadas en el país de origen. Se comprueba una vez más, ya que los familiares en el exterior si lo recomiendan adquirir este servicio por su calidad. Y solo un margen del 6% respondió que no se atreven a considerar que adquiera este servicio exequial por parte de los familiares de los migrantes en España e Italia.

5.2.6.3 Comprobar que el 50% de los encuestados consideran las tarjetas de crédito como una herramienta de compra.

Sí	122	61%
No	78	39%
Total	200	100%



Fuente: Información directa
Elaborado: Investigadora

Esta hipótesis se comprueba cuando se aprecia que las tarjetas de crédito para muchos migrantes Esmeraldeños residentes en España e Italia, si ha convertido en toda una

herramienta de pago para la adquisición de este tipo de servicio, aunque los vouchers sean éstos manuales o electrónicos, son los soportes más rápidos y eficaces a la hora de cancelar los valores por el paquete de servicios y/o producto exequial; existiendo MasterCard, Diners Club, Visa, American Express entre otras. Con el pago mediante tarjetas se prorratea la deuda a 3, 6, 12, 24 hasta 36 meses sin intereses.

4.3 PLAN DE MARKETING.

4.3.1 MISION.

JARDINES DE LA PAZ tiene como misión de satisfacer las necesidades exequiales, así mismo la solución a nuestros CLIENTES mediante la prestación de un servicio profesional y eficiente de la mejor calidad.

Con los principios y valores vigentes en la organización, garantiza el desarrollo integral de su recurso humano y una programada participación en el mercado, para lograr el equilibrio económico determinado en su objeto social y en beneficio de la ciudad de Esmeraldas y el País.

4.3.2 VISION.

Jardines de la Paz” será siempre una organización con programada participación en el mercado esmeraldeño, para atender las necesidades de los servicios funerarios y exequiales de sus clientes.

Cuenta con la incorporación de normas internacionales de calidad y seguridad, gracias al apoyo de “ALPAR”, con un apoyo tecnológico que le permitirá prestar un servicio integrado y competitivo que asegure su estabilidad financiera y con un recurso humano de innovadores conocimientos en la previsión y solución por la pérdida de un ser querido.

4.4 PRODUCTO O SERVICIO

En la actualidad CEJARDEPA S.A. es una empresa que se encuentra posicionado y con un fuerte reconocimiento no solo en la ciudad de Esmeraldas si no en la provincia, caracterizando principalmente por un servicio de calidad, excelente atención y sobre todo al alcance de todos los estratos sociales.

CEJARDEPA S.A. pone a disposición la asistencia inmediata ante un deceso, con tan solo una llamada.

4.5 PRECIO

El precio varía de acuerdo a lo que desea el cliente, tenemos precios muy económicos para aquellas personas que no cuentan con el recurso económico necesario, así como también contamos con servicios que cubren las exigencias más grandes.

4.6 DISTRIBUCION

A nivel local manejamos una distribución a través de los asesores comerciales, los mismos que son encargados de hacerle sentir al cliente la necesidad de estar protegido o preparado para un suceso como el deceso de un ser querido.

Al modo de distribución del servicio inicia con la solicitud del servicio en el exterior a través de la web, luego de haberse realizado la solicitud del servicio se procede a realizar la cobertura en el Ecuador. Primero se contacta a los familiares en el país para confirmar la asistencia inmediata del servicio, se confirman todos los datos necesarios para el servicio tales como, nombre de la persona fallecida, causa de fallecimiento, hora, lugar de fallecimiento, localización de cuerpo, direcciones, día de sepelio ente otros datos que deben ser conocidos por el personal de asistencia. Luego el jefe de servicios comunica a todo su departamento de asistencia exequial para organizar el servicio. Se enlistara el procedimiento

- 1.- Retiro del Cuerpo
- 2.- Preparación vestimenta, tanatopraxia
- 3.- Colocación en cofre
- 4.- Si es en domicilio instalación de capilla, cortinaje, carpas, sillas, ofrendas flores etc. Si es en sala preparación de sala.
- 5.- Traslado del cuerpo a lugar de velación Sala o Domicilio
- 6.- Aviso en prensa o radio sobre deceso más invitación a sepelio
- 6.- Confirmación de sepelio
- 7.- Organización de sepelio
- 8.- Retiro del cuerpo para iglesia o templo (después de la velación, por lo general al día siguiente)
- 9.- Traslado a Camposanto Jardines de la Paz
- 10.- Inhumación.

El tiempo que toma todo este proceso, una vez que se ha realizado la contratación vía web, la asistencia al cliente se efectúa en un lapso de 30 minutos, teniendo un tiempo estimado de entrega total del servicio para la velación durante 24 horas en domicilio de 2 horas, mientras que en la sala aproximadamente 1 hora 30 minutos. A nivel general estamos hablando de una cobertura o servicio por cliente de unas 28 horas.

4.7 PUBLICIDAD

Con respecto a lo que es publicidad realizamos varios tipos entre los que se destacan radios, prensa y televisión a nivel local

4.8 PROMOCION EN VENTAS

Las promociones a nivel locales varían de acuerdo a las temporadas, y al comportamiento del mercado es decir, si en un mes las ventas presentan un declive se opta por sacar alguna oferta que incentive a la compra; otra de las promociones por lo general son aplicadas en fechas en donde los empleados reciben algún tipo de bono, el mismo que podría ser destinado para el pago de la cuota inicial que es el monto más representativo para los clientes.

4.9 OBJETIVOS PLAN DE MARKETING

- Llegar a las personas en el exterior, haciéndoles conocer que en Esmeraldas ya existe una empresa confiable que brinda toda clase de soluciones exequiales.
- Buscar el desarrollo de la empresa a través de la oferta de productos y servicios en nuevos mercados.
- Diversificar la gama de productos y servicios a través de la cobertura inmediata a manera de soluciones exequiales
- Lograr el reconocimiento y diferenciación a nivel internacional de los emigrantes Esmeraldeños en el mundo de los servicios que brinda CEJARDEPA S.A.

4.10 ESTRATEGIAS DE MARKETING

- Campaña publicitaria a través de medios de comunicación de alcance Internacional tales como Ecuavisa Internacional, Teamazonas Internacional.
- Publicidad en Links de enlace, principales buscadores Google
- Publicidad en páginas de redes sociales Facebook, Twitter, Redes Sociales

4.11. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

TABLA N° 23

NÚMERO DE EMIGRANTES ESMERALDEÑOS EN ESPAÑA E ITALIA

AÑOS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Emigrantes	2.562	2587	2.644	2702	2.762	2.823	2.885	2.948,5	3013	3073

Fuente: Investigación de Mercados

Promedio de emigrantes en España e Italia al 2007 = 427.000

Entonces tomamos la población del 2007 = 427.000 y calculamos con el 0.60% de participación de migración para los esmeraldeños = 2562 número aproximados de emigrantes.

Si revisamos los datos de la pregunta No. 1 de la Investigación establecemos que del total de encuestas realizadas un 0,88% demanda en forma periódica los servicios de paquetes exequiales a los familiares de emigrantes residentes en España e Italia, por lo tanto se establece el siguiente cuadro:

TABLA No 24

NÚMERO DE EMIGRANTES QUE SI RECOMIENDAN ADQUIRIR PAQUETES EXEQUIALES

AÑOS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Emigrantes	2.280	2303	2354	2405	2458	2512	2568	2624	2682	2736

Fuente: Investigación de Mercados

Se obtiene multiplicando el número aproximado de emigrantes del año 2007 = 2280 * 0.89% que corresponde a las personas que si prefieren adquirir los servicios exequiales en el Camposanto Jardines de la Paz de la ciudad de Esmeraldas, ya sea

cuando fallezca el ciudadano en Ecuador, España o Italia, según la referencia pregunta N° 1.

Como en la segmentación del mercado se estableció que el servicio de paquetes exequiales para los familiares de emigrantes residentes en España e Italia, entonces entramos a analizar la pregunta No. 3 de la Investigación de Mercados en donde se establece que si existe la capacidad adquisitiva de estos ciudadanos que tienen preferencia por un servicio de calidad, rápido y completo a la hora del fallecimiento de cualquier ser querido, ya sea en el origen o destino. Con el 82% representan un promedio modesto de que varios posibles clientes han aportado para una favorable aceptación sobre dichos servicios

TABLA N° 25

POSIBLES MIGRANTES DEMANDANTES DEL SERVICIO DE PAQUETES EXEQUIALES

POBLACION	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
POSIBLES DEMANDANTES	1.870	2.150	2.473	2.843	3.270	3.760	4.324	4.973	5.719	6.577

Fuente: Investigación de Mercados

Si multiplicamos el número de emigrantes que existen aproximadamente en España e Italia en el año 2007 = 2.280 por el 0.82% (posibles demandantes con relación al volumen del producto a importar, ver pregunta # 5 de la encuesta) = 1870 posibles demandantes de servicios exequiales en el Camposanto Jardines de la PAZ.

Si multiplicamos el número de migrantes posibles demandantes por la tasa de mortalidad 10% (1870*10%) y restando de su valor nominal obtendremos la cantidad de gestiones de adquisiciones de paquetes exequiales que pueden realizarse anualmente.

TABLA N° 26
CANTIDAD DE GESTIONES DE ADQUISICIONES PAQUETES
EXEQUIALES EN FRECUENCIAS ANUALMENTE

POBLACION	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
GESTIONES PENDIENTES	465	521	583	653	732	819	918	1.028	1.151	1.289

Fuente: Investigación de Mercados

Consumo = Cantidad de demandantes de servicios exequiales X tasa de mortalidad / periodo anual.

$$C = 1683 \times 25\%$$

C = 465 gestiones de adquisiciones de paquetes exequiales a realizarse.

Con este resultado pasamos a establecer la demanda por cada uno de los servicios exequiales a comercializarse en forma internacional, de acuerdo a la Investigación de Mercados (Pregunta No. 8) se establecía que un 51% los familiares de migrantes se postulan a comprar **Servicio de Sala + Boveda** desde del extranjero, 28% **Servicio domiciliario + Boveda**, 13% **Servicio sala + Lote**, 8% **Servicio domiciliaria + Lote**, la siguiente tabla se muestran la cantidad de servicios que se comercializan mediante el WEB SITE del Campo Santo Jardines de la Paz.

TABLA N° 27
CANTIDAD DE SOLICITUDES DE ADQUISICIONES DE SERVICIOS
EXEQUIALES ANUALMENTE

AÑO	2010
SERVICIOS EXEQUIALES	
Servicio domiciliario + Bóveda	333
Servicio de Sala + Bóveda	183
Servicio domiciliario + Lote	85
Servicio de Sala + Lote	52

Fuente: Investigación de Mercados

Explicativos:

Demanda gestiones de adquisiciones de paquetes exequiales = **Cantidad de solicitudes demandantes** **anualmente** = 653 X 51 % de **gestiones de compra Servicio de Sala + Bóveda** (ver pregunta # 8 encuesta) = **333 paquetes exequiales**

4.12. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

TABLA N° 28
PROYECCIÓN DE LOS SERVICIOS EXEQUIALES EN DEMANDA
ANUALMENTE

SERVICIOS EXEQUIALES \ AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Servicio domiciliario + Boveda	333	353	375	398	423	449	476
Servicio de Sala + Boveda	183	194	206	219	232	247	262
Servicio domiciliario + Lote	85	90	96	102	108	115	122
Servicio de Sala + Lote	52	55	59	62	66	70	74

Fuente: Investigación de Mercados

Las proyecciones realizadas del presente estudio nos dan un incremento de la tasa de demanda anual del 6.14% (relación al crecimiento del comercio exterior en función al posicionamiento de los servicios en forma convencional y en la Web). Para conocer con exactitud los cambios futuros de la demanda es necesario aplicar las técnicas estadísticas adecuadas para analizar el presente.

4.13 PROYECCION DE LA OFERTA

TABLA No. 29
DEMANDA DE SERVICIOS EXEQUIALES

SERVICIOS \ AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Servicio domiciliario + Boveda	158	171	192	225	274	346
Servicio de Sala + Boveda	102	110	124	145	176	223
Servicio domiciliario + Lote	77	83	94	110	133	169
Servicio de Sala + Lote	35	38	43	50	61	77

$$P_n = P_o = (1 + 0.055)^1$$

$$152 (1.055)^1 = 158$$

$$P_n = P_o = (1 + 0.055)^2$$

$$152 (1.0116)^2 = 171$$

4.14. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se ha considerado el mercado potencial a través de la demanda potencial se ha establecido la necesidad de adquirir el servicio exequial, ya que la tendencia del mercado es hacia la previsión futura y a la solución en las defunciones. Por las consideraciones anteriores se establece una oferta real mínima en relación a la demanda insatisfecha que es mucho más elevada como se puede ver en el siguiente cuadro.

TABLA N° 30
DEMANDA INSATISFECHA DE
SERVICIO DOMICILIARIA + BOVEDA PARA COMERCIALIZAR

SERVICIOS EXEQUIALES \ AÑO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
DEMANDA	353	375	398	422	448	476
OFERTA	158	171	192	225	274	346
DEMANDA INSATISFECHA	195	204	206	197	174	130

Fuente: Investigación de Mercados.

TABLA N° 31
DEMANDA INSATISFECHA DE SERVICIO DE SALA + BOVEDA

SERVICIOS EXEQUIALES \ AÑO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
DEMANDA	194	206	219	232	246	261
OFERTA	102	110	124	145	176	223
DEMANDA INSATISFECHA	92	96	95	87	70	38

Fuente: Investigación de Mercados

TABLA N° 32**DEMANDA INSATISFECHA DE SERVICIO DE SALA + LOTE**

SERVICIOS EXEQUIALES \ AÑO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
DEMANDA	90	96	102	114	140	165
OFERTA	77	83	94	110	133	150
DEMANDA INSATISFECHA	13	13	8	4	7	15

Fuente: Investigación de Mercados

TABLA N° 33**DEMANDA INSATISFECHA DE SERVICIO DOMICILIARIO + LOTE**

SERVICIOS EXEQUIALES \ AÑO	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016
DEMANDA	52	55	59	62	66	70	74
OFERTA	35	38	43	50	61	67	69
DEMANDA INSATISFECHA	17	17	16	12	5	3	5

Fuente: Investigación de Mercados.

CAPÍTULO V

DISEÑO DEL PROYECTO

5.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DEL PROYECTO.

5.1.1 Efectos del Plan Nacional de Desarrollo para el Proyecto

Se han desarrollado grandes planes de gobiernos para promover iniciativas como la presentada en este proyecto; con el apoyo del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), que promueve el uso y masificación de la firma electrónica en Ecuador. Para ello, el Regulador realizó importantes cambios normativos y acreditó al Banco Central del Ecuador como la primera Entidad de Certificación de Información y Servicios relacionados en el país.

En la actualidad, la información se ha constituido en un activo básico y primordial en el desarrollo y calidad de vida de las sociedades en general; es por ello que los países encaminan sus esfuerzos en establecer políticas claras que permitan superar los obstáculos respecto al derecho de la confidencialidad y seguridad de la información.

Como respuesta la “firma electrónica se ha constituido en una herramienta tecnológica basada en estándares internacionales y algoritmos matemáticos seguros, robustos y muy difíciles de vulnerar que se convierten en un avance importante para el comercio electrónico abriendo las puertas para que empresarios ecuatorianos y esmeraldeños en especial, desarrollen sus negocios en función de la tecnología actual”.¹

5.2 FUNCION DE LA DEMANDA

5.2.1 La Naturaleza de la Demanda del Proyecto

¹http://www.conatel.gov.ec/site_conatel/index.php?option=com_content&view=article&id=381%3AAla-certificacion-de-informacion-de-la-firma-electronica-cuenta-con-regulacion-del-conatel&Itemid=184.

Históricamente, el comercio es una actividad ancestral del ser humano que ha evolucionado de muchas maneras. Inicialmente, el trueque fue un intercambio de objetos o servicios por otros objetos o servicios, diferenciándose de la compra/venta tradicional en que no aparece el dinero. El trueque apareció cuando los hombres necesitaban cosas que no tenía y para obtenerlas las intercambiaban por cosas que si tenían. Más tarde con la aparición del dinero las cosas se intercambiaban por el dinero y luego el dinero por las cosas.

A principio de los años 1920 en Los Estados Unidos apareció la venta por catálogo, impulsado por las grandes tiendas de mayoreo. Este sistema de venta, revolucionario para la época, consiste en un catálogo con fotos ilustrativas de los productos a vender.

A principio de los años 1970, aparecieron las primeras relaciones comerciales que utilizaban una computadora para transmitir datos. Este tipo de intercambio de información, sin ningún tipo de estándar, trajo consigo mejoras de los procesos de fabricación en el ámbito privado, entre empresas de un mismo sector. Es por eso que se trataron de fijar estándares para realizar este intercambio, el cual era distinto respecto a cada industria.

A mediados de 1980, con la ayuda de la televisión, surgió una nueva forma de venta por catálogo, también llamada venta directa. De esta manera, los productos eran mostrados con mayor realismo, y con la dinámica de que podían ser exhibidos resaltando sus características. La venta directa era concretada mediante un teléfono y usualmente con pagos asociados a tarjetas de crédito.

El desarrollo tecnológico y de las telecomunicaciones, hizo que los intercambios de datos crecieran a niveles extraordinarios, simplificándose cada vez más y creando nuevas formas de comercio, y en este marco se desarrolló el Comercio

Electrónico como medio de desarrollo de este proyecto trascendiendo barreras geográficas.

La naturaleza de la demanda del proyecto se da luego de haber analizado los principales países europeos y su estadística migratoria, determinando tomar como mercados principales los países de España e Italia por motivos muy puntuales:

- La alta tasa de mortalidad en Esmeraldas y la crisis económica actual genera una oportunidad de crecimiento de Camposanto Jardines de la Paz, en la búsqueda de potenciales clientes con un mayor ingreso económico, que permita obtener mayor rentabilidad aprovechando la tecnología actual.
- Los migrantes ecuatorianos residentes en España e Italia es un nicho importante ya que representan alrededor de 41% de la migración europea en ambos países, generando una oportunidad de negocios importante.
- El mercado de la Nostalgia que genera miles de dólares en el comercio electrónico, es una estrategia útil para la expansión del negocio.
- El idioma es una gran ventaja ya que facilitará la información, el contacto y las posibles negociaciones para la adquisición de los servicios exequiales

La crisis económica y la falta de circulante en Esmeraldas ha hecho que las empresas y negocios opten por buscar alternativas de negocio aprovechando la migración, algunos ejemplos como algunos bancos, empresas de correspondencia, etc que han sabido aprovechar la crisis actual y convertirla en

una oportunidad muy rentable. Acogiendo esta oportunidad se presenta este proyecto.

Los migrantes ecuatorianos residentes en España e Italia es un nicho importante como se muestra en el siguiente TABLA:

TABLA 34

Stock de emigrantes ecuatorianos por país de destino

2005	Porcentaje	
	España	399.585
Estados Unidos	361.630	35,1
Italia	61.953	6,0
Venezuela	28.606	2,8
Canadá	11.829	1,1
Chile	9.762	0,9
Colombia	9.040	0,9
Alemania	4.792	0,5
Perú	1.801	0,2
Argentina	975	0,1
España sin papeles	123.871	12,0
Otros	15.776	1,5
TOTAL	1.029.620	

Fuente: Arteta y Oleas, 2006

Autora: Diana Sáenz

Cabe mencionar, sin embargo, que la estimación presentada, con excepción del caso de España, se refiere únicamente a las “cifras manejadas por fuentes oficiales, por lo que no se considera a los ecuatorianos que viven de manera ilegal en los distintos países”². Esta limitación puede disminuir el número real de ecuatorianos residentes en el exterior, cuyas características socio-demográficas se describen a continuación.

Otras de las causas de la naturaleza de la demanda se deben al denominado mercado de la nostalgia, es una de las razones más relevantes. Consiste el consumo excesivo por parte de los migrantes de servicios o productos importados en sus países de origen.

El idioma siempre será parte fundamental de la negociación, tomando este aspecto como punto a favor del proyecto, ya que los migrantes esmeraldeños y en general no olvidan el idioma con facilidad permitiendo el juego de la demanda y oferta con reglas claras y comprensibles.

5.2.2 Estructuras preferenciales y gustos de la demanda de Consumo.

Desde el Esmeraldas y Ecuador en general, se puede decir que se tiene grandes oportunidades con los compatriotas en el exterior para venderles algo, pero resulta ser que no solo son emigrantes ecuatorianos a los que podemos llegar en mercados extranjeros.

El mercado nostálgico se refiere al grupo de personas que compran por nostalgia algo que les recuerde a su país natal, por ende las preferencias de servicios exequiales para los migrantes esmeraldeños será la ofrecida por Camposanto

²<http://www.cordes.org/descargar/migracionCuenca.pdf>

Jardines de la Paz por ser la única empresa de servicios exequiales esmeraldeña que ofrecería sus servicios en el exterior.

5.2.3 Nivel de Ingresos de la Demanda

“Cada día mueren en el Ecuador 158 personas, es decir 56.800 anuales, un número equiparable a la población de toda la provincia de Pastaza fallece cada año en el país”³

(http://www.tvecuador.com/index.php?option=com_reportajes&view=showcana&id=515&cid=21&Itemid=79)

El nivel de ingresos se medirá de acuerdo a un número aproximado de muertes en esmeraldas presentado en el siguiente cuadro:

**Cuadro Estadístico de defunción por provincias de
La Región Norte año 2006**

TABLA 35

PROVINCIA	DEFUNCIONES	%
PICHINCHA	10.721	66%
ESMERALDAS	1.550	10%
IMBABURA	1.891	12%
CARCHI	816	5%
SUCUMBIOS	422	3%
NAPO	299	2%

³http://www.tvecuador.com/index.php?option=com_reportajes&view=showcanal&id=515&cid=21&Itemid=79)

ORELLANA	273	2%
ZONAS NO DELIMITADAS	160	1%
TOTAL	16.132	100%

Fuente: [www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file%3FfolderId%](http://www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file%3FfolderId%3F)

Elaborado: Investigadora

En el cual podemos observar claramente que esmeraldas ocupa el tercer lugar en el país con el mayor número de defunciones, por lo que la compra anticipada de servicios exequiales es definitivamente un seguro a futuro.

En el extranjero las muertes de ecuatorianos, reflejan un crecimiento desde 1999, año en que comenzó el éxodo, hasta el 2008, 1.947 ecuatorianos murieron en diferentes circunstancias, según recoge un informe del Instituto Nacional de Estadística de España (INE).

En Italia no se tienen estadísticas reales, sobre las defunciones de ecuatorianos en ese país, sin embargo se toma en cuenta que el crecimiento es similar de acuerdo al crecimiento de la migración analizado.

El número de decesos de ecuatorianos ha evolucionado al ritmo en que crecía la ola migratoria a España. Así, en 1999 se produjeron 23 decesos, una cifra mínima si se compara con los 226 del 2008.

Decesos de ecuatorianos en España
TABLA 36



Fuente: www.eluniverso.com/2009/07/17

Elaborado: Investigadora

<http://www.eluniverso.com/2009/07/17/1/1360/46E544665E57461E9FA5C8CBFD592F2F.html>

Se refleja claramente el aumento de fallecimientos de acuerdo al crecimiento migratorio, que casi en todos los casos quieren ser enterrados en sus tierras natales, junto con sus familiares más cercanos.

5.2.4 Demanda del producto

En esmeraldas la demanda del producto es mayoritaria por ser Camposanto Jardines de la Paz, el más grande proveedor de servicios exequiales, consolidado en el mercado con planes ofertados en un futuro para los migrantes esmeraldeños.

La demanda del proyecto será inelástica, ya que a una posible variación de precio por gastos de los servicios adicionales a extranjeros, la demanda no variará por los siguientes puntos:

- En nivel de ingresos de los migrantes es considerablemente mayor que los esmeraldeños residentes en Ecuador, por lo que su capacidad adquisitiva permite tener mayores oportunidades para negociar los servicios exequiales.
- El mercado de la Nostalgia que representa una ventaja empresarial para el éxito de este proyecto.

- Ser pioneros en el mercado esmeraldeño en ofertar servicios exequiales por medio de una página web, brindando la oportunidad de adquirir el servicio en el país natal y pagando desde el extranjero.

5.2.5 Condiciones del mercado para su comercialización

El proyecto tendrá condiciones de mercado oligopolico ya que hay poca competencia dedicada a esta actividad, facilitando la implementación de la página web y permitiendo ajustar costos adecuados que generen rentabilidad en corto plazo.

Esto obligará a la poca competencia existente a acogerse a las exigencias del mercado, limitando el crecimiento y perdiendo competitividad, convirtiendo a Camposanto Jardines de la Paz, como la única opción, ofertando un verdadero servicio profesional en Esmeraldas.

Esto permitirá ejercer el monopolio y plantear la búsqueda constante de planes prepagados a favor de los clientes esmeraldeños o residentes en España e Italia.

5.2.6 Condiciones de Consumo del Producto.

Las condiciones para la adquisición del servicio son muy fáciles:

1. Se ingresa a la página web de Camposanto Jardines de la Paz www.cejardepa.com
- 2.- Se hace la elección del plan que más se ajuste a la necesidad del cliente que lo requiera, si se tiene alguna duda se contara con asistencia on-line 24 horas

3.- Una vez escogido el plan adecuado escoge el modo adecuado de pago: Vía transferencia, Tarjeta de crédito, etc.

Este proceso se encuentra indicado, de forma más específica mas adelante.

El servicio exequial electrónico puede ser:

- **Sustituto.-** Porque su adquisición se lo puede realizar por diferentes vías: Telefónica, personalizada, y por agente de ventas.
-
- **Complementario.-** Porque el servicio exequial, cubre otros aspectos importantes como en el caso de fallecimiento del titular en el extranjero la repatriación y entrega del cuerpo en la provincia de Esmeraldas, tramitación de documentos y permisos, etc.
- **Independiente.-** Ya que en la provincia de Esmeraldas sería la única opción que tendría el migrante esmeraldeño para la adquisición de servicios profesionales exequiales con diversos planes de acuerdo a la conveniencia del cliente.

5.3 OFERTA DEL PRODUCTO

5.3.1 Incentivo nacional para la comercialización de servicios vía internet.

El Comercio Electrónico en el Ecuador, ha sido utilizado en el actual gobierno del Economista Rafael Correa, como base para el cumplimiento de los siguientes aspectos como:

- **Desarrollo incipiente.(en el campo informático)**
- **Potencial de crecimiento importante. (Pymes)**

Utilizando páginas de Internet en empresas claves para el gobierno como:

- Contratanet.
- PetroEcuador.
- CAE: SICE Corporación Aduanera del Ecuador
- SRI.- Servicio de Rentas Internas
- BCE.- Banco Central del Ecuador

El Comercio Electrónico en Ecuador: representa el futuro, basado en esta frase se da el apoyo para las Pymes que requieran de información e intentando crear una cultura comercial de primer mundo. Este apoyo se ve reflejado bajo los siguientes parámetros:

- Portal de proyectos del Ecuador: Country Gateway.
- Interacción y alianzas estratégicas: Gobierno-Sector empresarial.
- Estado como usuario modelo generador de iniciativas.

5.3.2 Bienes sustitutos en el mercado.

Los bienes sustitutos en el mercado como tal no existen, pero se podría hablar de servicios complementarios existentes, que representan una escasa competencia como los presentados a continuación:

- Florerías
- Funerarias
- Bóvedas municipales

Cabe recalcar que cada uno desempeña su actividad por separado.

5.4 INGENIERIA DE PROYECTO

5.4.1 Características del Producto.

Las redes mundiales de información están transformando al mundo y acercando más a la gente a través de la innovación de las comunicaciones mundiales, lo cual posibilita cambios en todos los ámbitos de la actividad humana, por ejemplo la competitividad, el empleo y la calidad de vida de las naciones. Con las nuevas tecnologías, el tiempo y la distancia dejan de ser obstáculos, los contenidos pueden dirigirse a una audiencia masiva o a un pequeño grupo de expertos y buscar un alcance mundial o meramente local. Las redes mundiales de información, como Internet no conoce fronteras.

Los productos que JARDINES DE LA PAZ camposanto y servicios exequiales busca comercializar en la página web, son paquetes de soluciones exequiales para dar una cobertura inmediata, a las personas que soliciten el servicio en el exterior para cubrirlo aquí en el país en la ciudad de Esmeraldas. A continuación el detalle de los paquetes que estarán listos para ser comercializados en la página web, como solución inmediata.

5.4.1.1 SOLUCIONES EXEQUIALES – PAQUETES

El servicio incluye todo lo necesario para la velación en casa desde el momento del fallecimiento, se comunicara inmediatamente a los números de emergencias de la ciudad de Esmeraldas si se cuenta con alguien de referencia en el país, y también podrá ser comunicado vía on-line por la persona que desea contratar los servicios en el exterior; Dicho servicio será dado de forma inmediata con lo que a continuación se detallara; lo concerniente al espacio será también por elección del cliente de acuerdo a su capacidad de pago o necesidad en este primer paquete considere una bóveda en altura en un nivel intermedio.

BENEFICIOS SERVICIO EN DOMICILIO + MAS BOVEDA

El servicio incluirá los siguientes ítems, los mismos que dan una cobertura total en suceso como es la pérdida de un ser querido:

SERVICIO

- Cofre de madera básico
- Formolización
- Retiro del fallecido
- Capilla ardiente
- Cortinaje de Lujo
- Alfombra
- Carpas y sillas para velación
- Libro de condolencias
- Cafetería Básica
- 3 arreglos florales
- Rotulo para datos
- Servicio de carroza
- Trámites de acta de defunción siempre que sea muerte natural
- Aviso ¼ de página

BOVEDA:

- 4 Cargadores de servicio y Srta. Ataché
- A.C.C.I
- Carpas
- 40 sillas
- Alfombra
- Lápida con nombres y apellidos del fallecido
- Dispensador de agua
- Vigilancia y mantenimiento a perpetuidad
- Título de concesión de propiedad al momento de la culminación de pago
- Re- utilizable
- Servicio de desgravamen (aplica condiciones)



BENEFICIO SALA DE VELACION + BOVEDA

El servicio de velación es dado en la sala de velaciones de la empresa ubicada en el centro en el Edificio de Jardines de la Paz calle Juan Montalvo 223 y Sucre, en este tipo de servicio se dará una atención completa desde el momento del fallecimiento previo a comunicación a los números emergentes del suceso. En este paquete se incluirá

Servicio en sala:

- Cofre de madera
- Formolización
- Retiro del fallecido
- Sala de velación por 24 horas
- Suite de descanso
- Servicio de cafetería y aguas aromáticas
- Libro de condolencias
- Servicio de telefonía
- 3 arreglos florales
- Música Ambiental
- Servicio de carroza
- Trámites de acta de defunción siempre que sea muerte natural
- Aviso 1/4 de página

Bóveda

- 4 Cargadores de servicio y Srta. Ataché
- A.C.C.I
- Carpas
- 40 sillas
- Alfombra
- Lápida con nombres y apellidos del fallecido
- Dispensador de agua
- Vigilancia y mantenimiento a perpetuidad
- Título de concesión de propiedad al momento de la culminación de pago
- Re- utilizable



- Servicio de desgravamen (aplica condiciones)

BENEFICIOS SERVICIO EN DOMICILIO + LOTE

Servicio:

- Cofre de madera básico
- Formolización
- Retiro del fallecido
- Capilla ardiente
- Cortinaje de Lujo
- Alfombra

- Carpas y sillas para velación
- Libro de condolencias
- Cafetería Básica
- 3 arreglos florales
- Rotulo para datos
- Servicio de carroza
- Trámites de acta de defunción siempre que sea muerte natural
- Aviso ¼ de página

Lote:

- 4 Cargadores de servicio y Srta. Ataché
- A.C.C.I
- Carpas
- 40 sillas
- Alfombra
- Descensor Automático
- Lápida con nombres y apellidos del fallecido
- Dispensador de agua
- Vigilancia y mantenimiento a perpetuidad
- Título de concesión de propiedad al momento de la culminación de pago
- Re- utilizable
- Servicio de desgravamen (aplica condiciones)



BENEFICIOS SERVICIO EN SALA DE VELACION + LOTE

Servicio:

- Cofre de madera básico
- Formolización
- Retiro del fallecido
- Capilla ardiente
- Cortinaje de Lujo
- Alfombra
- Carpas y sillas para velación
- Libro de condolencias
- Cafetería Básica
- 3 arreglos florales
- Rotulo para datos
- Servicio de carroza
- Trámites de acta de defunción siempre que sea muerte natural
- Aviso ¼ de página

Lote:

- 4 Cargadores de servicio y Srta. Ataché
- A.C.C.I
- Carpas
- 40 sillas
- Alfombra
- Descensor Automático
- Lápida con nombres y apellidos del fallecido
- Dispensador de agua
- Vigilancia y mantenimiento a perpetuidad
- Título de concesión de propiedad al momento de la culminación de pago
- Re- utilizable
- Servicio de desgravamen (aplica condiciones)



Esta clase de paquete de soluciones exequiales tendrá los siguientes precios:

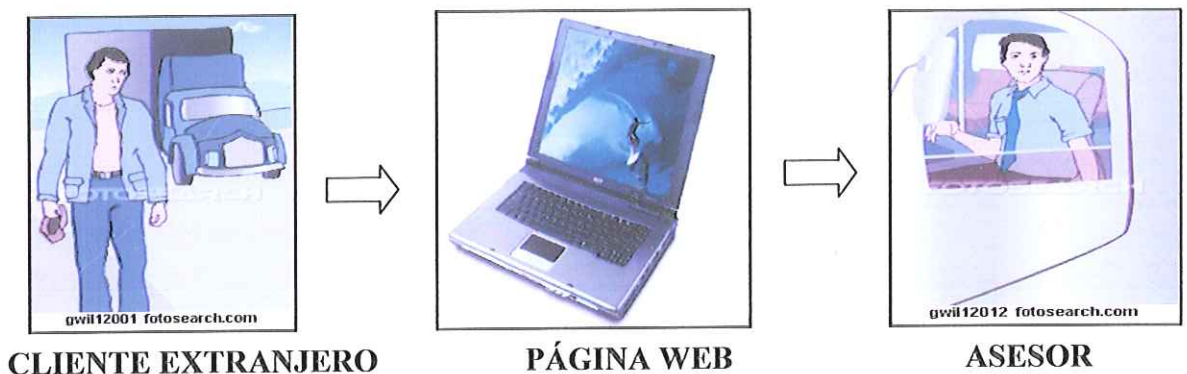
SOLUCION EXEQUIAL	PRECIO DE VENTA
Servicio Domicilio + Bóveda	\$ 2800
Servicio En Sala + Bóveda	\$ 3350
Servicio Domiciliario + Lote	\$ 4090
Servicio En sala + lote	\$ 4640

5.4.2 Proceso de Comercialización

El proyecto utilizará como herramienta fundamental el comercio electrónico, que es usado por millones de usuarios en beneficios de los clientes Camposanto Jardines de la Paz, la misma que nos permitirá:

- Es la oportunidad para utilizar socios comerciales externos sin una ubicación física, pues se establece una relación basada en transacciones electrónicas.
- Se podrá acceder al mercado global. Tradicionalmente estos mercados que tan sólo han estado abiertos para las multinacionales, se vuelve accesible, debido a la escasa cantidad de recursos necesarios para funcionar en el extranjero.
- El crecimiento de las compras desde el hogar y de la venta directa por parte de los fabricantes, provocará una disminución en los precios, y en consecuencia, una ventaja para los clientes que obtendrán un ahorro en la adquisición del servicio.
- Presión sobre el servicio al cliente, el ciclo de desarrollo y los costos. Aumentará la necesidad de la entrega rápida y directa. La cadena de valor será cada vez menor como lo demostramos en el siguiente cuadro:

5.4.3 Descripción del proceso



5.4.3.1 Página web

La creación de la página web será la herramienta principal para el alcance de los objetivos de este proyecto, ya que desde su existencia ha acortado distancia y contribuido a este fenómeno de globalización que se vive a nivel mundial, en donde se busca optimizar tiempo, recursos, y se logra mover millones diariamente por la comercialización de bienes y servicios. La dirección de la página web a crearse es www.cejardepa.com.ec, en la misma que se encontrara toda la información necesaria de los servicios y alternativas de espacio con los que pueden contar los clientes en el extranjero, así como varias opciones de paquetes de servicio inmediato con la posibilidad de contar con la asesoría on-line 24 horas al día.

La página web:

1. Contendrá servicios exequiales web que encajen con las necesidades de todo tipo de clientes, anticipando las necesidades y estableciendo nuevos estándares.
2. Corregir los errores, en el periodo de prueba que contará con la asistencia del operador web, hasta constatar el perfecto funcionamiento del mismo.
3. Maximizará las rutas al contenido, desarrolla tantas agregaciones de contenido sobre gente, sitios, asuntos, canales, redes y tiempo como sea posible, como facebook, twitter, etc. con la finalidad de aparecer en las primeras posiciones de Google.
4. Enlazará las discusiones en la web, como en la página creada de los migrantes ecuatorianos en España e Italia, sólo alojará discusiones cuando haya un análisis razonado.
5. La personalización será discreta, elegante y transparente, que contará con un diseño explicativo de cada uno de los servicios de la web

5.4.3.2. Funcionamiento y Proceso de Página web

El funcionamiento de la página web, es muy fácil se ingresa a www.cejardepa.com.ec, y automáticamente carga la página con múltiples opciones como:

- 1.- LA EMPRESA.-** en esta parte se encontrara la visión, la misión, y la historia de la empresa en sí.
- 2.- PRODUCTOS.-** aquí encontraremos la especificación de los espacios y servicios disponibles para la comercialización
- 3. CONTACTO.-** un detalle total de teléfonos, dirección, correos y medios de contacto de las oficinas en el Ecuador- Esmeraldas

En la página principal se encuentra la opción ON –LINE, que se refiere a la asistencia en tiempo real de un asesor en el ECUADOR quien podrá brindarle toda la asesoría, sobre planes, contratos, o servicios inmediatos, medios de pago o financiamientos. A esto se sumo la opción de realizar la compra inmediata sin necesidad de acudir a la asistencia, pues si un cliente realiza la compra del servicio por internet, tendrá las posibilidades de pago que serán manejadas directamente en la página tales como TRANSFERENCIAS, Y TARJETAS DE CRÉDITO.

5.4.3.3.1 Diagrama funcionamiento de la Página Web – Flujo del proceso

5.4.3.3.1.1 CADENA DE VALOR

La cadena de valor se simplifica a tres puntos básicos:

- 1.-El cliente en España o Italia que requiere del servicio exequial puede hacerle en dos situaciones, a manera de previsión anticipándose a un futuro frente el inevitable hecho del fallecimiento de algún ser querido en el ECUADOR, o necesitando en el momento de la muerte inesperada como necesidad inmediata.

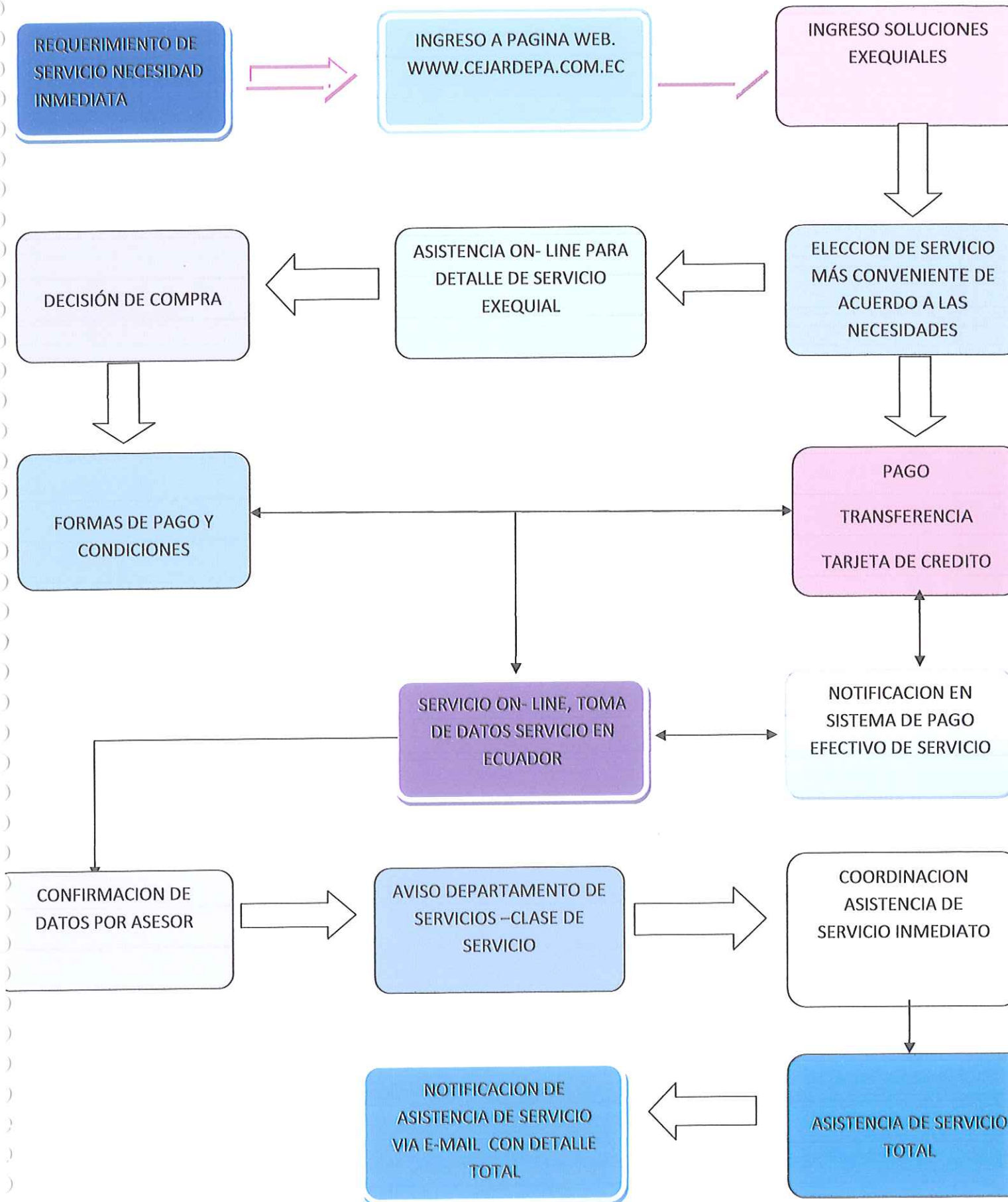
2.-La página web www.cejardepa.com.ec, que funciona como una tienda virtual que ofrece los servicios en la provincia de Esmeraldas en Ecuador:

- Registro del cliente
- Información detallada de los servicios que se ofertan.
- Poder proformar el plan escogido
- Adquisición del servicio exequial como si estuviese en persona
- Servicio ilimitado en los 365 días del año, las 24 horas del día

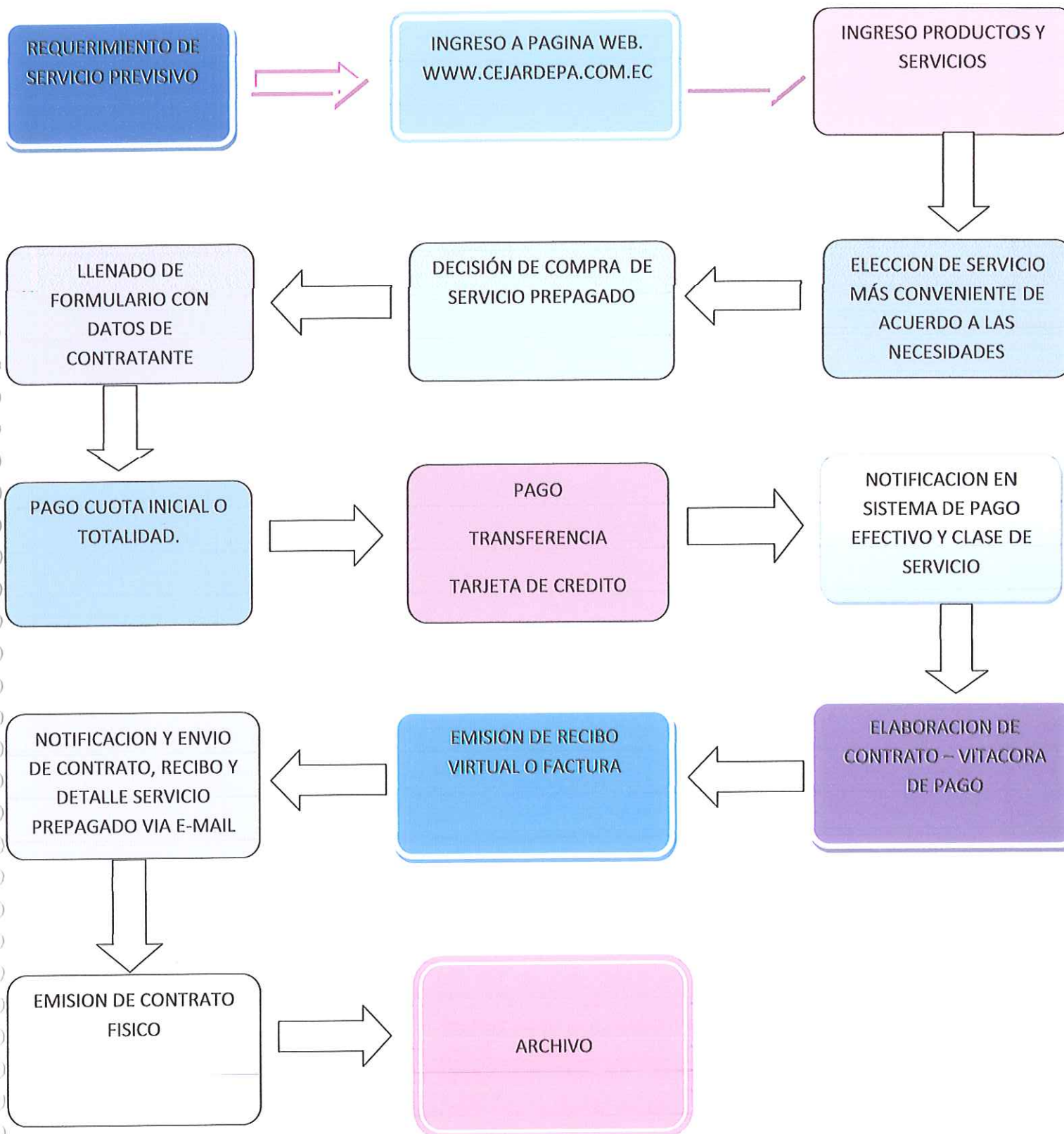
3.- El asesor que atiende todas las inquietudes y dudas que el cliente desee saber sobre el servicio propuesto.

- Sobre la obtención de descuentos adicionales.
- Sobre la seguridad de contratar los servicios en la página web y la facilidad de la adquisición de los servicios.

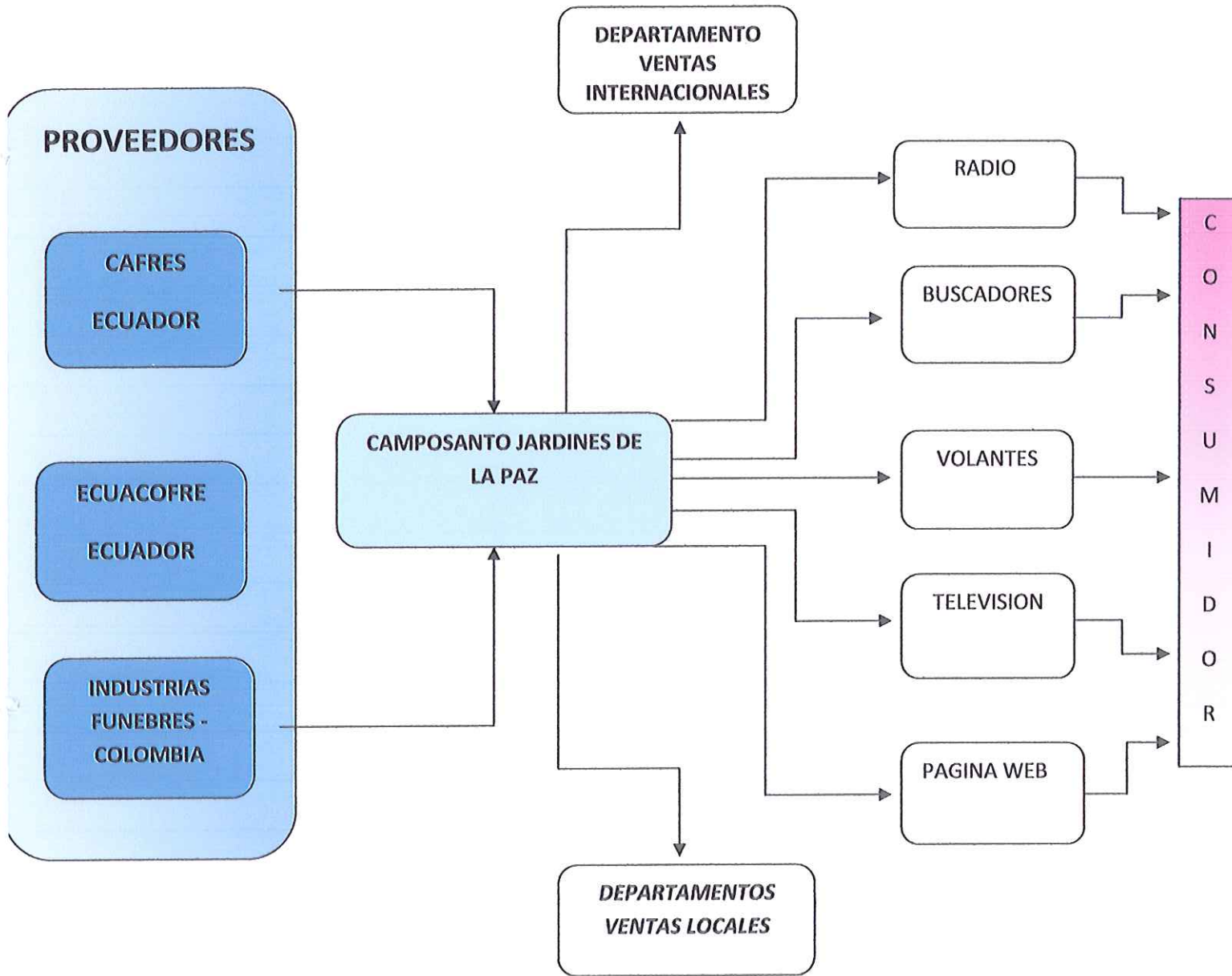
5.4.3.3.1.1 DIAGRAMA EN NECESIDAD INMEDIATA



5.4.3.3.1.1.2 DIAGRAMA EN PRE – NECESIDAD O PREVISION



PLAN DE MARKETING



5.4.3.3.2.- Tácticas de venta

En una primera fase, como una manera de ir intensificando el uso gradual del nuevo canal de ventas, se mantendrá la transacción normal de adquisición del servicio exequial, esto es a través del operador comercial, el cual sería el encargado de realizar la transacción a través del portal Internet.

O sea, el Operador Comercial cotizará en línea y luego de cerrar la transacción enviará el requerimiento a través de Internet. De esta forma, se podrá ir verificando el normal funcionamiento del portal y de las lógicas que interactúan con el mismo.

En una segunda fase, y luego de comprobar el normal funcionamiento del sitio, se procederá a su utilización real, en donde el mismo cliente cotizará y enviará los requerimientos a través de la red.

5.4.3.3.3 Medios de pago

En la página web que se creará el comercio electrónico se podrán distinguir dos tipos de medios de pago, serán los de pago anticipado con el cual se pagan cuotas mensuales de hasta completar el 50 % mínimo para acceder al servicio exequial y de pago inmediato que comprende el pago total en caso de necesidad inmediata específicamente.

Solo por compra de servicio en pre- necesidad se podrá tener acceso a un financiamiento directo concedido por CEJARDEPA S.A.

5.4.3.3.5.1 Tarjeta de débito y de crédito.

Que hoy en día es el medio más popular y tradicionalmente usado en el comercio electrónico. Para el comprador supone el pago al momento de realizar la transacción (débito) con o sin devengo de intereses (crédito). Para Camposanto Jardines de la Paz, suponen un cobro rápido, a cambio de una

comisión que descontará el banco. CEJARDEPA S.A. trabaja con todas las tarjetas de crédito recibidas en el país a excepción de CUOTA FACIL, luego con todas las visas, mastercard, american express, diners, entre otras que se constituyen como las tarjetas tradicionales del medio.

5.4.3.3.5.2 Transferencia Bancaria

La transferencia bancaria es un modo de mover dinero de una cuenta bancaria a otra. Es una manera de traspasar fondos entre cuentas bancarias sin sacar físicamente el dinero.

Se hacen entre cuentas de una misma persona física o jurídica en un mismo banco o también en diferentes bancos en diferentes países o entre cuentas de diferentes titulares. Este medio es muy utilizado en el comercio electrónico y que será implementado en la página para facilidad de los clientes. A diferencia de la tarjeta de crédito que en muchos casos podría ser no poseída por clientes, esta sería la mejor opción para el pago, y el que más seguridad brindaría luego de la notificación de elección de este medio.

5.4.3.3.6 PROCESO DE FUNCIONAMIENTO DE LA OPCIÓN DE PAGO.

El proceso de pago consiste en:

1. Una vez realizado el pedido, el comprador proporciona su número de tarjeta al en el casillero correspondiente a través de la red.
2. El servidor envía la transacción al banco o directamente a la red de medios de pago. Este envío suele producirse fuera de la red pública y se realiza de forma análoga a como se efectuará desde una terminal punto de venta (TPV) físico que existiese en una tienda real.
3. El banco receptor pide autorización al banco emisor a través de la red de medios de pago.

4. Si la transacción se autoriza, la liquidación del pago (transferencia de dinero desde la cuenta del comprador en el banco emisor hasta la cuenta de Camposanto Jardines de la Paz con el banco respectivo) se realiza a través de la red tradicional de medios de pago.

5.5 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

5.5.1 NOMBRE DEL NEGOCIO:

El nombre del negocio se llama JARDINES DE LA PAZ CAMPOSANTO Y SERVICIOS EXEQUIALES

5.5.2 LOGO

El logo es novedoso, resaltando las características del servicio exequial con un ambiente de confort tanto para los familiares como para las personas fallecidas

El logo es la imagen de la empresa, permitirá llegar al consumidor final, cumpliendo con todos los requisitos para una buena comercialización. A continuación se presenta el mismo:



5.5.3 PROPUESTA DE VENTAS:

La propuesta va ser enfocado a que Camposanto jardines de la paz será la mejor opción en el caso de alguna eventualidad, pensando en que se tiene a la empresa en todo momento en sus países de residencia las 24 horas del día los 365 días del año.

El slogan que se utilizará en la página web es: “EN ESOS MOMENTOS DÍFICILES SOMOS SU MEJOR COMPAÑÍA”, con el cual el migrante esmeraldeño podrá asegurar al titular y a sus familiares en su ciudad natal desde el extranjero.

5.5.4 CARACTERÍSTICAS Y TIPO DE ORGANIZACIÓN

5.5.4.1 CARACTERÍSTICAS.

JARDINES DE LA PAZ, líder en la comercialización de espacios y servicios exequiales, tiene como misión de satisfacer las necesidades en el fallecimiento inevitable de las personas, mediante la prestación de un servicio profesional y eficiente de la mejor calidad.

Con el lema “ANTICIPARNOS AL MAÑANA ES LO QUE NOS HACE PLANEAR CON PRECISION Y CERTEZA NUESTRO FUTURO Y EL DE NUESTROS SERES QUERIDOS.”, ofreciendo este proyecto para la ampliación de sus clientes trascendiendo barreras geográficas e implementando sus servicios vía Internet.

5.5.4.2 TIPO DE ORGANIZACIÓN

En una sociedad anónima el capital está dividido en pequeñas partes alícuotas llamadas acciones, lo que facilita la reunión de grandes capitales. Cada socio

accionista tiene una responsabilidad limitada, en concreto solo responde del capital que ha aportado, pero no se responsabiliza de las deudas sociales de la empresa.

En esta sociedad hay una clara separación entre la propiedad, que es de los accionistas, y la dirección, que la tiene el Consejo de Administración, que suele contratar a técnicos especializados en las diversas áreas de la empresa.

La sociedad anónima plantea problemas de continuidad. Al ser legalmente una "persona jurídica" cuando uno de sus accionistas muere, la sociedad sobrevive, pues las acciones se trasladan a sus herederos sin ocasionar ninguna perturbación. Asimismo, si uno de los accionistas decide salir del negocio, no tiene más que vender sus acciones y no hay ninguna necesidad de reorganizar la compañía.

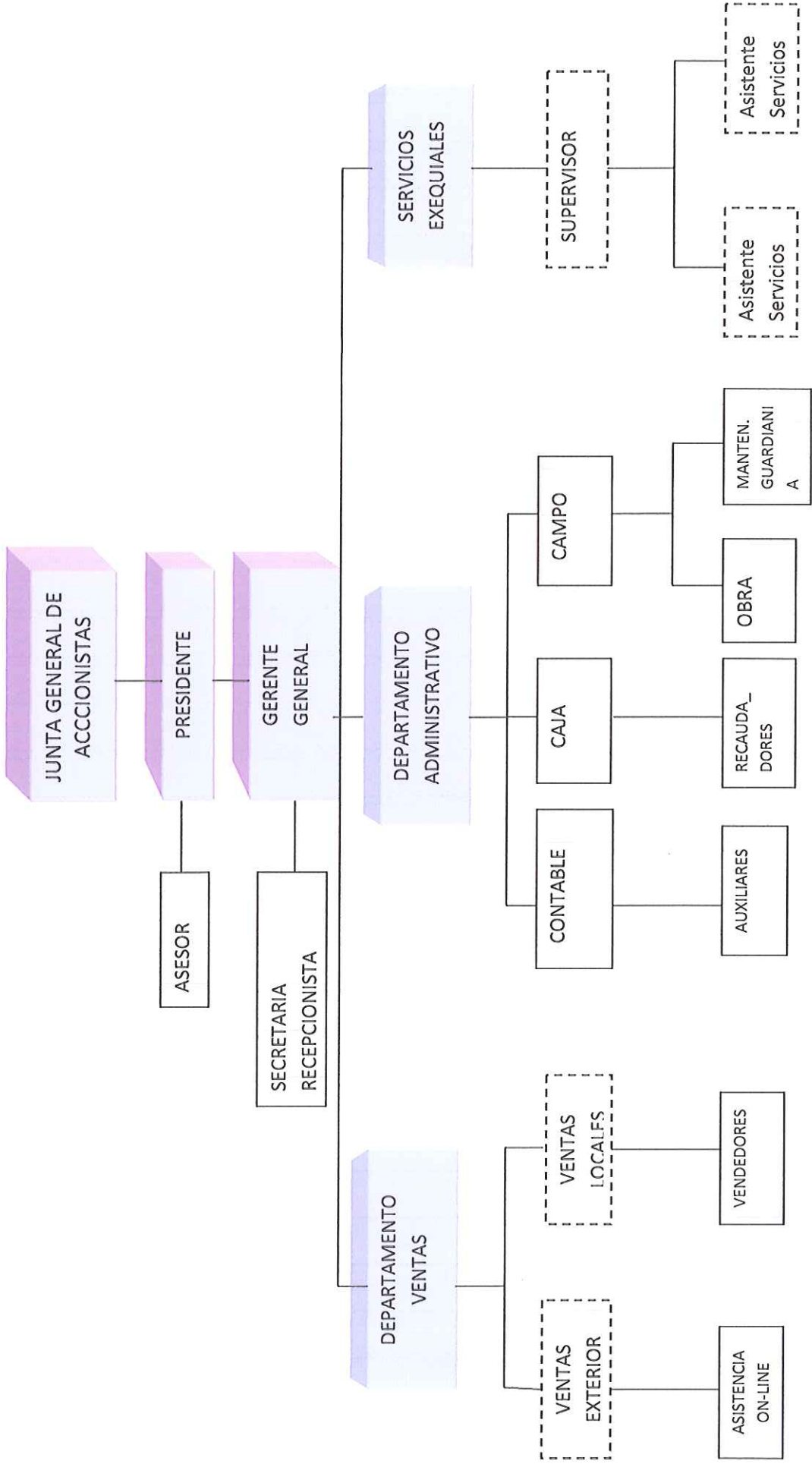
CEJARDEPA S.A. se encuentra legalmente constituida como una compañía de sociedad anónima, formada en Guayaquil el 30 de marzo del 2005, bajo el objeto social de construcción, diseño, administración y venta de áreas destinadas a la actividad de camposantos, artículos funerarios, salas de velaciones, servicios exequiales, y demás actividades conexas. La compañía se encuentra gobernada por la junta general de accionistas y administrada por el Presidente y el Gerente General en donde este último se constituye el representante legal de la compañía.

5.5.4.3 ESTRUCTURA LINEAL.

Camposanto Jardines de la Paz utiliza una estructura lineal, de esta forma de organización se conoce también como simple y se caracteriza por que es utilizada por empresas que se dedican a generar uno o pocos productos o servicios en un campo específico del mercado. Es frecuente que en las empresas que utilizan este tipo de organización, el dueño y el gerente son uno mismo

Debido a su forma, ésta es rápida, flexible, de mantenimiento de bajo costo y su contabilidad es clara; además la relación entre superiores y subordinados es cercana y la toma de decisiones se hace ágil. Requiere encontrar a un buen gerente puesto que se requiere un conocimiento general de la empresa. Como la autoridad está centrada en una sola persona esta toma las decisiones y asume el control, los empleados están sujetos a las decisiones del gerente u propietario, llevando a cabo las operaciones para cumplir las metas.

5.6. ORGANIGRAMA CEJARDEPA S. A.



5.7 Requerimiento del Capital Humano para la puesta en marcha

Jardines de la Paz, al ser una compañía conformada localmente pero que busca internacionalizarse brindando sus servicios a dos países metas en donde hay gran concentración de emigrantes, plantea continuar con su organización local el comercio en el exterior se llevara a cabo esencialmente a través de la página web, por medio de la cual el cliente podrá tener la información directa, y contactarse con un asesor para el despeje de cualquier duda. Observar organigrama estructural.

El recurso humano de la empresa será la misma que se ha venido manejando actualmente sin embargo se toma en cuenta algunas personas que trabajaran en el nuevo canal.

El personal para la puesta en marcha del nuevo departamento de ventas internacionales, solo requiere:

JEFE DE VENTAS: Las ventas internacionales serán supervisadas por el mismo jefe de ventas locales

ASESORES DE VENTA: Se contara con 4 personas que brindaran la asistencia on- line los mismos que se encontraran rotados en turnos, cada uno de ellos contara con toda la tecnología requerida para poder brindar una asesoría absoluta incluso desde la comodidad de sus casas

PROGRAMADOR: Sera la persona que se encargara de dar todo el mantenimiento que la red requiera para que la misma sea funcional y se encuentre en óptimas condiciones.

JEFE DE SERVICIOS: El que será para un inicio el mismo que está al pendiente de los servicios locales, todo está sujeta a variación acorde al incremento de la demanda.

5.8 ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

CAMPOSANTO JARDINES DE LA PAZ

COSTO DE INVERSION

	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Preinversion		1000,00	1000,00
Terreno	0		
Adecuacion Centro de Negocios	1	1500,00	1500,00
Equipamiento de Oficina			10507,00
Computadoras	4	1000,00	4000,00
Archivador	4	150,00	600,00
Escritorios	4	250,00	1000,00
Sillas para Escritorio	4	160,00	640,00
Sillas de material sintetico	15	45,00	675,00
Aire acondicionado	1	600,00	600,00
Impresora laser hp	1	380,00	380,00
Impresora Multifuncion Cannon	1	185,00	185,00
Televisor LCD 32" color	1	540,00	540,00
DVD panasonic	1	67,00	67,00
Proyector Epson	1	835,00	835,00
Telefax Brother	1	180,00	180,00
Copiadora RICOH	1	760,00	760,00
Sumadora	1	45,00	45,00
Produccion			32300,00
Portal Web - Negociacion Electronica	1	5000,00	5000,00
Publicidad tv Internacional		12300,00	12300,00
Marketing tv Internacional		15000,00	15000,00
Otros Activos			1000,00
Gastos de Preoperacion y Capacitacion		1000,00	1000,00
INVERSION TOTAL			\$ 46.307,00

CAMPOSANTO JARDINES DE LA PAZ
DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS PROYECTADOS

CANT.	DETALLE DEL BIEN	VALOR DE COMPRA	% DE DEPREC.	DEPREC. ANUAL	VIDA UTIL	DEPREC. AÑO 1	DEPREC. AÑO 2	DEPREC. AÑO 3	DEPREC. AÑO 4	DEPREC. AÑO 5
	MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA									
4	Computadoras	4000,00	10%	400,00	5	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
4	Archivador	600,00	10%	60,00	5	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
4	Escritorios	1000,00	10%	100,00	5	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
4	Sillas para Escritorio	640,00	10%	64,00	5	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00
15	Sillas de material sintetico	675,00	10%	67,50	5	67,50	67,50	67,50	67,50	67,50
1	Aire acondicionado	600,00	10%	60,00	5	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
1	Impresora laser hp	380,00	10%	38,00	5	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00
1	Impresora Multifuncion Cannon	185,00	10%	18,50	5	18,50	18,50	18,50	18,50	18,50
1	Televisor LCD 32" color	540,00	10%	54,00	5	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
1	DVD panasonic	67,00	10%	6,70	5	6,70	6,70	6,70	6,70	6,70
1	Proyector Epson	835,00	10%	83,50	5	83,50	83,50	83,50	83,50	83,50
1	Telefax Brother	180,00	10%	18,00	5	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
1	Copiadora RICOH	760,00	10%	76,00	5	76,00	76,00	76,00	76,00	76,00
1	Sumadora	45,00	10%	4,50	5	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50
	TOTAL DEPRECIACION	10507,00				1050,70	1050,70	1050,70	1050,70	1050,70

**CAMPOSANTO JARDINES DE LA PAZ
PROYECTADO DE REMUNERACIONES**

AÑO 1

Nº de Personal	CARGO	MENSUAL NOMINAL	ANUAL NOMINAL	COMPORTE SAL EN PROCESO DE INCORPORACION	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDO RESERVA	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL RUBROS ANUALES
	PERSONAL ADMINISTRATIVO											
1	GERENTE COMERCIAL	1500	18000	132	1500	22	2187	750	1500	24151	2012,58	24151
3	ASESORES COMERCIALES	600	21600	576	1800	66	2624,40	900	1800	26742	2228,50	26742
1	GUARDIAN	485	5820	132	485	22	707,13	242,5	485	7246,5	603,88	7246,5
1	CONSERJE	375	4500	132	375	22	546,75	187,5	375	5851,5	470,96	5851,5
	TOTAL REMUNERACIONES		49920	1152	4160	132	2187	2080	4160	63791	5315,92	63791

**CAMPOSANTO JARDINES DE LA PAZ
PROYECTADO DE GASTOS**

COSTO OPERACIONAL (a)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>OPERACIÓN DE SERVICIOS EXEQUIALES</u>					
TELÉFONO	780,00	803,40	827,50	852,33	877,90
CORREO	60,00	61,80	63,65	65,56	67,53
AGUA POTABLE	60,00	61,80	63,65	65,56	67,53
ENERGÍA ELÉCTRICA	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18
INTERNET	564,00	592,20	609,97	628,26	647,11
MARKETING	420,00	432,60	445,58	458,95	472,71
PUBLICIDAD RADIO	2.160,00	2.224,80	2.291,54	2.360,29	2.431,10
PUBLICIDAD TELEVISIVA	12.300,00	12.669,00	13.049,07	13.440,54	13.843,76
DISEÑO PAGINA WEB	5.000,00	400,00	440,00	453,20	466,80
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	21.704,00	17.616,40	18.172,89	18.718,08	19.279,62

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERACIONALES (b)

REMUNERACIONES (personas)

REMUNERACIONES ANUALES	70607	77.667,70	85.434,47	93.977,92	103.375,71
------------------------	-------	-----------	-----------	-----------	------------

OTROS EGRESOS ADMINISTRATIVOS

CAPACITACIÓN	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
VIAJES EN EL PAÍS	200,00	220,00	242,00	266,20	292,82

DEPRECIACIÓN

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS	1.050,70	1.050,70	1.050,70	1.050,70	1.050,70
---------------------------	----------	----------	----------	----------	----------

TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	73.057,70	80.198,40	88.050,17	96.683,97	106.177,84
-------------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	-------------------

DETALLE DE GASTOS GENERALES (b)

=====

<u>MANTENIMIENTO Y REPARACIONES</u>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANTENIMIENTO ACTIVOS	-	-	-	-	-
ARRIENDOS	-	-	-	-	-
<u>SUMINISTROS Y MATERIALES</u>					
MATERIALES OFICINA	350,00	357,00	364,14	371,42	378,85
<u>OTROS GASTOS GENERALES</u>					
GASTOS BANCARIOS	75,00	76,50	78,03	79,59	81,18
	425,00	433,50	442,17	451,01	460,03
PROYECTADO DE GASTOS	95.186,70	98.248,30	106.665,23	115.853,06	125.917,49

CAMPOSANTO JARDINES DE LA PAZ
FLUJO DE INGRESOS

PROYECCION SALA + BOVEDA

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	3.350	3.350	3.350	3.551	3.551
Unidades	15	24	30	30	36
Ingresos por Venta	50.250	80.400	100.500	106.530	127.836

PROYECCION DOMICILIO + BOVEDA

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	2.800	2.800	2.800	2.968	2.968
Unidades	10	11	13	14	16
Ingresos por Venta	28.000	31.360	35.123	41.698	46.702

PROYECCION SALA + LOTE DOBLE

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	4.640	4.640	4.640	4.918	4.918
Unidades	6	7	8	8	9
Ingresos por Venta	27.840	31.181	34.922	41.460	46.435

PROYECCION DOMICILIO+ LOTE DOBLE

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	4.090	4.090	4.090	4.335	4.335
Unidades	8	9	10	11	13
Ingresos por Venta	32.720	36.646	41.044	48.727	54.575

TOTAL INGRESOS ANUALES	138.810	179.587	211.590	238.416	275.548
------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

NOTA:

INCREMENTO:

Proyectada a cinco años con incremento anual en ventas del 12%

Proyectada a cinco años con incremento de precios despues del tercer año del 6%

Primeras ventas despues del 4to mes de comercializacion

CAMPOSANTO JARDINES DE LA PAZ
FLUJO DE INGRESOS Y GASTOS

INGRESOS PROYECTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete Solucion Exequial					
Sala + Bóveda	50.250	80.400	100.500	106.530	127.836
Domicilio + Bóveda	28.000	31.360	35.123	41.698	46.702
Sala + Lote doble	27.840	31.181	34.922	41.460	46.435
Domicilio + Lote doble	32.720	36.646	41.044	48.727	54.575
TOTAL INGRESOS ANUALES	138.810,00	179.587,20	211.589,66	238.415,65	275.547,93
GASTOS PROYECTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Operación	21.704,00	17.616,40	18.172,89	18.718,08	19.279,62
Gastos Administrativos	73.057,70	80.198,40	88.050,17	96.683,97	106.177,84
Gastos Generales	425,00	433,50	442,17	451,01	460,03
TOTAL EGRESOS ANUALES	95.186,70	98.248,30	106.665,23	115.853,06	125.917,49
TOTAL INGRESOS NETOS PROYECTADOS	43.623,30	81.338,90	104.924,43	122.562,59	149.630,44

CAMPOSANTO JARDINES DE LA PAZ
TASA DE DESCUENTO

INVERSIÓN TOTAL \$ 46.307,00
TASA DE MERCADO 19%
RENDIMIENTO
ESPERADO DE LOS
ACCIONISTAS (MARGEN 20%
DE GANANCIA QUE
ESPERAS DEL NEGOCIO)

TASA DE DESCUENTO	MONTO	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN	TASA DE MERCADO/ REND ESP. ACCIONISTAS	PONDERACIÓN
PRÉSTAMO	\$ 0,00	0	19%	0,000
CAPITAL PROPIO	\$ 46.307,00	1	20%	0,200
TOTAL		100%		0,200
TASA DE DESCUENTO				20,00%

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Fundamentado en lo que reflejaron las encuestas y el estudio de campo sobre los servicios exequiales para familiares de emigrantes, observo que hay una gran apertura en el comercializar los servicios pre-necesidad vía página web como alternativa de seguro previo a una eventualidad como es la pérdida de un ser querido
- De acuerdo al estudio del mercado, se genero una expectativa en un mercado aun no satisfecho dentro del segmento de emigrantes en España e Italia, la misma que podrá ser atendida en forma oportuna.
- Una vez planificado un plan de marketing convencional y electrónico, queda evidenciado que el flujo de nuevos prospectos o futuros clientes, será a través del portal Web de Camposanto "Jardines de la Paz", la misma que posee una base de datos para suscribirse, realizar un pedido o una pre-compra llenando un formulario comercial.
- En la evaluación financiera del proyecto se establece que este tiene una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 138% y un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 226.490.56 lo cual nos indica que desde el punto de vista financiero el proyecto es factible, rentable y atractivo para expandirse a nuevos mercados internacionales
- Por considerar el proyecto de inversión para la propuesta de comercialización de servicios exequiales en el Camposanto "Jardines de la Paz" en el cantón Esmeraldas como viable según los resultados expuestos en los numerales anteriores, se prevé que el tiempo de recuperación del

capital invertido en esta inversión será de 1 año aproximadamente pues la inversión inicial del parque cementerio no fue considerada ya que dicha empresa cuenta ya con un funcionamiento local, con una excelente infraestructura y posicionamiento en el mercado.

6.2 RECOMENDACIONES.

- Invertir en tipo de proyectos como éste, ya que contribuyen al desarrollo y mejoramiento de la empresa privada o grupo de emprendedores.
- Una vez que el proyecto este en marcha es recomendable realizar un seguimiento y evaluación del mismo a fin de ir valorando la inversión realizada y si se están cumpliendo los objetivos del mismo.
- Los responsables de la administración del Camposanto Jardines de la Paz deben diseñar planes y programas de comercialización virtual a través de los recursos de Internet, Web site, correo electrónico, blog, redes sociales, todo ello encaminado a difundir la existencia del nuevo modelo de negociación, el cual permitirá incrementar el volumen de ventas a nivel nacional e internacional.
- Se recomienda a los ejecutivos y directivos del Camposanto “Jardines de la Paz” planificar y ejecutar un plan de marketing mix continuo y sostenido sobre los múltiples servicios exequiales existentes destinados a los familiares de emigrantes en España e Italia, el propenda a mejorar el posicionamiento en el mercado extranjero.

- La inversión de recursos financieros generará mayores fuentes de producción y mano de obra local, por lo tanto es necesario determinar que una de las fuentes básicas para que exista desarrollo social y económico en el país, es mediante inversiones que realice la empresa privada.

- Es aconsejable capacitar a las personas que ofrezcan este tipo de servicios exequiales a través del entorno de la Internet, para que faciliten las negociaciones virtuales y por ende contribuya a robustecer los índices de comercialización de los diversos paquetes exequiales.

8. BIBLIOGRAFIA

- 3 Ecuador: De la leña al petróleo – Alberto Acosta
- 4 El festín del Petróleo – Jaime Galarza
- 5 REVISTA EKOS: Economía y Finanzas, Editora Ediecuatorial, Ecuador, 2005.
- 6 CUERO C., Diógenes: Petróleo, realidad y sindicalismo.
- 7 PUJOL B., Bruno: Diccionario de Comercio Exterior, Imprime Brosmac, España, 2000.
- 8 GARCIA PELAYO, Ramón, Pequeño Larousse Ilustrado, Ediciones Larousse Argentina S.A., 1998.

Direcciones Electrónicas

- www.corpae.com/contenido/procExportar.html
- www.dlh.lahora.com.ec/paginas/judicial/PAGINAS/Manual.5.htm
- www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/comercio/consultaTotXNandinaConGrafico.jsp
- www.ancupa.com
- www.mmrre.gov.ec
- www.corpei.org
- www.sica.gov.ec
- www.wikipedia.org
- www.fedapal.com
- www.camae.org/paginas/tarifasesmeraldas.htm
- www.camae.org/paginas/puertoesmeraldas.htm
- www.hoy.com.ec/suplement/blanco81/negro3.htm
- www.mmrree.gov.ec
- www.corpae.com
- www.corpei.org

- www.sica.com

Documentos Periodísticos

- Diario El Universo
- Diario Expreso
- Revista Señales

ENCUESTA DIRIGIDA PARA CLIENTES DE CEJARDEPA S.A. CON VINCULOS FAMILIARES EN ESPAÑA O ITALIA.

Analice las siguientes preguntas y coloque una X en su respuesta.

1. Tiene usted familiares en España o Italia

Italia () España ()

2. ¿Cuál es el numero de familiares en dichos países

1() 2 a 3() 4 en adelante ()

3. A criterio suyo. ¿Cree que es importante la contratación previsiva de soluciones exequiales?

Si () No ()

4. En una escala del 1 al 5, entendiendo 1 como malo y 5 como excelente califique el servicio de CEJARDEPA S.A. en los siguientes campos:

Servicios en Sala	_____
Servicios en Domicilio	_____
Ceremonia de Inhumación	_____
Personal en General	_____
Servicio en Camposanto	_____
Instalaciones	_____
Planes de Financiamiento	_____

10. ¿Considera usted confiable realizar compras por internet?

Si ()

No ()

Porque _____

11. ¿Ha adquirido algún producto o servicio por internet?

Si ()

No ()

Si la respuesta es NO pase a la última pregunta

12. ¿Bajo qué modalidad de pago adquirió dicho servicio o producto?

Transferencia ()

Tarjeta de Crédito ()

Crédito Directo ()

13. ¿Usted o su familiar posee tarjeta de crédito?

Si ()

No ()

14. ¿Cuál sería la solución exequial de su elección?

Bóveda más Serv. Domicilio \$2800 ()

Bóveda más Serv. En Sala \$3350 ()

Lote más Serv. Domicilio \$4090 ()

Lote más Serv. En sala \$ 4640 ()

Muchas gracias por su colaboración.

12 meses

18 meses

24 meses

36 meses

13.- ¿Utiliza usted frecuentemente internet?

14.- ¿Visitaría nuestra página web para obtener información sobre productos y servicios?

SI

NO

15.- ¿Le gustaría enviemos boletines de publicidad a su correo personal?

SI

NO

Muchas Gracias por su tiempo y ayuda.

Jardines de la Paz

CAMPOSANTO Y SERVICIOS EXEQUIALES

"Jardines de la Paz" Planear y anticipar es proyectarse al futuro... Por eso nacimos para poder ofrecerte a toda la comunidad productos y servicios de alta calidad, en un lugar rodeado de naturaleza, comodidad, donde la paz y tranquilidad nos unen al recuerdo de nuestros seres queridos Recuerde que somos su mejor compañía, servicio total en un solo lugar... Cuenta con la incorporación de normas internacionales de calidad y seguridad, gracias al apoyo de " ...

