

Modelo de negocio para Casa de Funerales Rincón S.A.S.

Autora:

Marcela Anaís Rincón Pérez

Tutor:

Wilmar Angarita Bautista

Cotutora:

Doris Rocío Palma Suarez

Trabajo de investigación como requisito para optar el título de Magister en administración de empresas e innovación

RESUMEN

El concepto de modelo de negocios ha venido en constante sinapsis, siendo este el que muestra la forma de hacer negocios por parte las organizaciones que llevan a cabo operaciones para crear y retener valor al explotar oportunidades de negocios, por tanto, basándonos en lo anterior, la realidad del sector funerario en Colombia y en particular de Cúcuta y su área metropolitana, el cual en la actualidad carece de aprovechamiento de mercado, posicionamiento de marca, además de la realidad sobre el servicio funerario que más de ser visto como una obligación adquirida cuando fallece un ser querido de cualquier persona, y no como un servicio de acompañamiento sentimental correspondiente al entorno de

los deudos que eran de influencia del difunto; con el propósito de diagnosticar el comportamiento de las variables endógenas y exógenas en el modelo de negocios del sector funerario de la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana, departamento norte de Santander, con la finalidad diseñar y proponer el modelo de negocio para casa de Funerales Rincón S.A.S para que maximicen valor.

Palabras clave: Generación y retención de valor, gobernanza, infraestructura, proposición de valor.

Business model for Casa de Funerales Rincón S.A.S.

ABSTRACT

The concept of business model has been in constant synapse, being this the one that shows the way of doing business by organizations that carry out operations to create and retain value by exploiting business opportunities, therefore, based on the above , the reality of the funeral sector in Colombia and in particular of Cúcuta and its metropolitan area, which currently lacks the use of the market, brand positioning, in addition to the reality of the funeral service that, more than being seen as an acquired obligation when a loved one of any person dies, and not as a sentimental accompaniment service corresponding to the environment of the relatives who were influenced by the deceased; in order to diagnose the behavior of endogenous and exogenous variables in the business model of the funeral sector of the city of Cúcuta and its metropolitan area, northern department of Santander, in order to design and propose the business model for funeral homes SAS corner to maximize value.

Keywords: Generation and retention of value, governance, infrastructure, value proposition.

REFERENCIAS

1. Aguiar Fuentes, d. e. (2020). propuesta metodológica para la gestión del aprendizaje organizacional y la productividad en la MiPymes. caso de estudio: empresa nayarita de venta de productos y servicios funerarios que como requisito para obtener el grado de doctor en gestión de las organizaciones.
2. Andrés, B. R. (2019). Bifurcación del modelo de negocio radiofónico colombiano en la convergencia antena–ecosistema digital. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 25(2), 677-696.
doi:<http://ezproxy.unisimon.edu.co:2099/10.5209/esmp.64795>
3. Arbos, X., y Salvador, G. (1996). *La gobernabilidad: ciudadanía y democracia en la encrucijada mundial*. Editorial: Siglo XXI de España editores. Madrid, España.
4. Arias, F. (1999). *El proyecto de Investigación. Guía para su elaboración.*, Editorial Episteme, Caracas, 1999.
5. Baena Paz, Guillermina María Eugenia. *Metodología de la investigación*. México, D.F., MX: Larousse - Grupo Editorial Patria, 2014. ProQuest ebrary. Web. 19 September 2016.
6. Camilo Andrés Agudelo Vélez, Martínez Sánchez, L. M., y Ortiz Trujillo, I. C. (2013). Gestión del conocimiento: Un activo intangible a través de la investigación. *Praxis*, 9, 108-113.
doi:<http://ezproxy.unisimon.edu.co:2099/10.21676/23897856.750>
7. Cavazos Arroyo, Judith (2016). Co-creación y nuevos modelos de negocios en contextos emergentes. *Invenio*, 19(37),47-55.[fecha de Consulta 14 de Junio de 2020]. ISSN: 0329-3475. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=877/87747436004>
8. Christensen, C., Johnson, M. Y Kagermann, H. (2008). Reinventing Your Business Model. *Harvard Business Review*, 50-59.
9. Ciompi, L. (2007). Sentimientos, afectos y lógica afectiva: su lugar en nuestra comprensión del otro y del mundo. *Revista de la Asociación española de Neuropsiquiatría*, 27(2), 153-171.
10. Circular basica juridica (C.E 020/14). Parte II: Mercado Intermediario. Titulo IV: Instrucciones generales relativas a las operaciones de las entidades aseguradoras, capitalización e intermediarios de seguros. Cap II: Disposiciones especiales aplicables a las entidades aseguradoras y reaseguradoras (Bogotá.Superintendencia Financiera de Colombia).
11. Copyright © 2014. Larousse - Grupo Editorial Patria. All rights reserved.
12. Correa, J. N. L. (2018). La gobernabilidad y su relación con los estilos de liderazgo. *Biociencias*, 2(1), 1-13.
13. De Jesús, María. *Manual de procedimiento académico y administrativo para la titulación por tesis del Programa de Nivelación a la Licenciatura en Trabajo Social*. Guadalajara, MX: Universidad de Guadalajara, 2011.

- ProQuest ebrary. Web. 19 September 2016. Copyright © 2011. Universidad de Guadalajara. All rights reserved.
14. Díaz-Barrios, J., Pereira-Burgos, M., y Suárez-Amaya, W. (2018). Gobernanza: una visión desde la teoría administrativa. *Opción*, 34(86), 326-357.
 15. Echeverry, M. (2017). Grupos Recordar y Gaviria se reinventan para ganar usuarios en el sector funerario [Blog]. Retrieved from <https://www.larepublica.co/empresas/grupos-recordar-y-gaviria-se-reinventan-para-ganar-usuarios-en-el-sector-funerario-2559412>
 16. Gutiérrez Gonzáles, R. O. Responsabilidad social: prácticas operativas justas.
 17. Henríquez Fuentes, G. R., Lombana Coy, J., Gonzalez Ariza, A., Higuera Ojito, V. H., Landazury Villalba, L., Rada Llanos, J., ... y Simancas Trujillo, R. A. (2017). La gobernanza y su relación con la competitividad en una firma integrada a una cadena de suministro.
 18. Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2014). Metodología de investigación. México: Mc Graw Hill
 19. López Pérez, R, (2012). Innovación en el modelo de negocio: propuesta de un modelo holístico.
 20. Mauricio Hernández-Avila, Ph.D.,(1) Francisco Garrido, M.C., M. en C.,(2) Eduardo Salazar-Martínez, Dr. en C.(1). Centro de Investigación en Salud Poblacional, Instituto Nacional de Salud Pública. Avenida Universidad 655, colonia Santa María Ahuacatitlán, 62508 Cuernavaca, Morelos, México. Correo electrónico: mhernan@insp3.insp.mx salud pública de méxico / vol.42, no.5, septiembre-octubre de 2000
 21. Maycotte, E., Lozada, F., Chavez, J., Argomedo, M., (2005). Lineamientos para la elaboración de proyectos de Investigación. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. (2005)
 22. Mnémico. Diccionario médico. Clínica Universidad de Navarra. Retrieved 14 June 2020, from <https://www.cun.es/diccionario-medico/terminos/mnemico>
 23. Modelo de negocio | Sage Advice España. Retrieved 14 June 2020, from <https://www.sage.com/es-es/blog/diccionario-empresarial/modelo-de-negocio/>
 24. Monje, C.A. (2011). Metodología de la investigación cualitativa y cuantitativa. Neiva: Ediciones Universidad Surcolombiana
 25. Moreno, A., Uriarte, L. y Topa, G. (2010). La responsabilidad social empresarial, Madrid: Ediciones Pirámide.
 26. Pérez Morales, José Gerardo. Normatividad para la elaboración de propuesta de proyecto de investigación. Córdoba, AR: El Cid Editor, 2005
 27. Plan servicios funerarios. Condiciones generales. (Bogotá. mapfre) Recuperado de: [https:// www.mapfre.com.mx/seguros-mx/particulares/seguros-de-vida/vida/plan-servicios-funerarios/condiciones.jsp](https://www.mapfre.com.mx/seguros-mx/particulares/seguros-de-vida/vida/plan-servicios-funerarios/condiciones.jsp) (10 de Agosto de 2017).

28. Poveda Hernández, M. B., & Ramírez Sánchez, L. J. (2016). La importancia de implementar la responsabilidad social empresarial en las Pymes de Colombia. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1635
29. Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [14/06/2020].
30. Reglamentación de los Servicios Funerarios en Colombia. (2015). [Blog]. Retrieved from <https://www.colombialelegalcorp.com/blog/servicios-funerarios/>
31. Revilla, M. (1994). Gobernabilidad y movimientos sociales, una relación difícil. *América Latina Hoy*, Vol. 8(21), 21.
32. Rodríguez, J. (2000). Paradigmas, enfoques y métodos en la investigación educativa. *Revista Investigación Educativa*, Volumen 4 (Número 7), pp.23-40
33. Rodríguez-Parra, R. D. M., y González-Castro, Y. (2019). Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva para el sector funerario, caso " grupo Obelisco Ltda". *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 9(2), 221-236.
34. Rodríguez-Parra, R. del M., y González-Castro, Y. (2019). Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva para el sector funerario, caso "grupo Obelisco Ltda. *Rev.investig.desarro.innov.*, 9 (2), 221-236.doi: 10.19053/20278306.v9.n2.2019.9154
35. Rogelio Gallo, *Diccionario de la Ciencia y la Tecnología*, Universidad De Guadalajara 2000
36. Rosado Salgado, L. A., y Osorio, A. A. (2020). El impacto del modelo de negocio en las capacidades dinámicas. *Revista De Economía Del Caribe*, (25), 53-65.
doi:<http://ezproxy.unisimon.edu.co:2099/10.14482/rec.v0i25.12066>
37. Srnc, C. (2019). La gobernanza de organizaciones: planteos teóricos, modelos y perspectivas en disputa. Lerner, Silvia, Javier Legris, y Gustavo Marques (comp.) *Filosofía y Economía*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, 177-89.
38. Stabile, L. (2020). Innovación De Modelo De Negocio: Centralidad En El Cliente Y Agilidad. *Palermo Business Review*, (21), 103-139. Retrieved from <http://ezproxy.unisimon.edu.co/scholarly-journals/innovación-de-modelo-negocio-centralidad-en-el/docview/2467634192/se-2?accountid=45648>
39. Tapia Bonifaz, A. G., Gavilánez Vega, M. I., Jácome Tamayo, S. P. y Balseca Castro, J. E. (2018). La responsabilidad social empresarial: un desafío para la sostenibilidad de las empresas del Ecuador. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 7(4), pp. 68-89.
doi:<http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070436.68-89/>
40. Tapia, A. G., María Isabel Gavilánez Vega, Sandra Patricia Jácome Tamayo, y Balseca Castro, J. E. (2018). La Responsabilidad Social Empresarial Un Desafío Para La Sostenibilidad De Las Empresas Del Ecuador. *3C Empresa*, 7(4), 68-89. Retrieved from <http://ezproxy.unisimon.edu.co/scholarly->

journals/la-responsabilidad-social-empresarial-un-
desafío/docview/2166773804/se-2?accountid=45648

41. Toniut, H. R. (2020). EL USO DEL MODELO DE NEGOCIO PARA LA INNOVACION EMPRESARIAL: APORTES DE LOS PRINCIPALES AUTORES. *Palermo Business Review*, (22), 139-156. Retrieved from <http://ezproxy.unisimon.edu.co/scholarly-journals/el-uso-del-modelo-de-negocio-para-la-innovacion/docview/2468684107/se-2?accountid=45648>
42. Ucha, F. (2008). Definición de Ritual. Retrieved 14 June 2020, from <https://www.definicionabc.com/general/ritual.php>
43. Urriza, M. N., Manzanal, M., Acuña, A. P., y Subota, L. (2017). *Gobernabilidad y Gobierno Corporativo: Análisis y medición de su eficacia en organizaciones*.
44. Vizmanos, B., Bernal, M., López, P., Olivares, I., Valadez, F., (2009). Guía para elaborar un proyecto de investigación. *Revista Educación y desarrollo*. http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com.co/2013/08/como-formular-el-titulo-de-la_23.html
45. Williamson, O. E. (2005). The Economics of Governance. *American Economic Review*, Vol.95(2), 1-18.
46. Zapata, C. P. V., y Velez, P. (2006). Towards a humanization of the funeral enterprise. *Pensamiento y Gestión*, (21) Retrieved from <http://ezproxy.unisimon.edu.co/scholarly-journals/towards-humanization-funeral-enterprise/docview/1435587594/se-2?accountid=45648>