



UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO

“Plataforma de Servicios Post

Fallecimiento ETERNAL”:

GERENCIA DE ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado por:

HERNÁN OMAR BAQUERO ARÉVALO

Tutoría por: Néstor Vásquez

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Septiembre, 2023

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Hernán Omar Baquero Arévalo** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio ETERNAL: Gerencia de Investigación de Mercado**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**ETERNAL**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes:

Andrea Cristi Campos Villafuerte

Evelyn Marielisa Coppiano Orellana

Linda Verónica Avilés Párraga

Hernán Omar Baquero Arévalo

Andrea Elizabeth Cada Moreira

Marcela Verónica Franco Barriga

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.

::


Hernán Omar Baquero Arévalo
1719328732

Declaro que:

Yo, Hernán Omar Baquero Arévalo en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio ETERNAL: Gerencia de Investigación de Mercado**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



Hernán Omar Baquero Arévalo

1719328732

Resumen Ejecutivo

La creación de ETERNAL – Plataforma de servicios post fallecimiento, fue a partir de la necesidad que se presenta en la sociedad al momento de abordar los desafíos emocionales que enfrentan las personas después de la muerte de sus seres queridos. La propuesta de valor de la compañía es la confianza, calidad y cercanía que brindamos al cliente en cada interacción y el objetivo principal es convertirse en su aliado brindando soluciones integrales que les permitan preservar de manera significativa los recuerdos y el legado de sus seres queridos fallecidos por medio de servicios post fallecimiento, permitiendo así que las personas se sientan cerca de sus familiares o amigos fallecidos sin importar la distancia o la falta de tiempo. La compañía se sostiene en la ejecución con proveedores de servicios calificados para brindar diferentes opciones dentro de las ramas de jardinería, limpieza o mantenimiento de lápidas, asistencia legal para trámites post fallecimiento y acompañamiento o asistencia psicológica, borrado digital, visitas en línea, conmemoraciones en fechas especiales y más.

El mercado objetivo son personas de 35 a 54 años con un nivel socioeconómico A, B o C. Se ha identificado una demanda potencial alta, sustentada en un interés del 75,2% en los servicios post fallecimiento. La metodología de diseño incluyó análisis cuantitativos y cualitativos como entrevistas y grupos focales para obtener información que sustente el modelo de negocio.

Los usuarios podrán acceder a una variedad de servicios y paquetes por medio de la página web, ofreciendo intimidad y confianza, vale indicar que

hemos cuidado mucho de que la seguridad y la personalización de la experiencia estén garantizadas y para ello nos valemos del registro de usuarios y proveedores de servicios en la plataforma.

La empresa está legalmente constituida como sociedad anónima y ha protegido sus derechos de propiedad intelectual; es importante mencionar también que ETERNAL – Plataforma de servicios post fallecimiento, está en línea con la responsabilidad social y promueve la sustentabilidad a través de prácticas responsables y el apoyo a la comunidad.

Cada departamento está alineado con la propuesta de valor y tiene metas y estrategias claras. Centrarse en las prácticas de Design Thinking, la investigación de mercado, el plan de marketing, el estudio técnico, legal, financiero y de responsabilidad social contribuyeron a evaluar y garantizar de manera integral la viabilidad de la empresa.

El análisis financiero muestra un plan de inversión de \$21.717 compuesto por activos fijos, diferidos y capital de trabajo, además de la fuente de financiamiento la cual la conforma un préstamo bancario y acciones de los socios.

Los indicadores financieros positivos y el período de recuperación de 2 años respaldan la viabilidad financiera del modelo de negocios de ETERNAL – Plataforma de servicios post fallecimiento. La empresa se compromete a mantener un enfoque innovador y diversificar la gama de servicios para tener un éxito continuo.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo entre Andrea Cristi Campos Villafuerte, Evelyn Marielisa Coppiano Orellana, Linda Verónica Avilés

Párraga, Hernán Omar Baquero Arévalo, Andrea Elizabeth Cada Moreira y Marcela Verónica Franco Barriga y explica el plan de negocios del proyecto denominado “ETERNAL – Plataforma de servicios post fallecimiento”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

Palabras claves; Fallecimientos, servicios, viabilidad financiera, página web, integral

Consideraciones éticas

ETERNAL – Plataforma de servicios post fallecimiento, como modelo de negocio surge del trabajo en equipo de un grupo de académicos conformado por: Andrea Cristi Campos Villafuerte, Marcela Verónica Franco Barriga, Linda Verónica Avilés Párraga, Hernán Omar Baquero Arévalo, Andrea Elizabeth Cada Moreira y Evelyn Marielisa Coppiano Orellana, quienes tenemos como objetivo principal el crecimiento profesional, así como asistir a las personas que atravesaron el dolor de haber perdido a un ser querido y desean seguir estando presentes demostrando su afecto.

Tomamos como punto de partida las consideraciones éticas que respetan la propiedad de las ideas y nos comprometimos asumiendo comportamientos éticos durante todo el desarrollo del presente. Aseguramos la validez científica a través de investigaciones para lo cual seleccionamos a los participantes del estudio de manera justa y sin discriminación; todos los profesionales entrevistados fueron informados sobre la investigación, de manera que no se ha violado ninguna propiedad intelectual de los participantes. Además, hemos protegido la privacidad de las personas encuestadas y no se ha divulgado ni compartido su información personal, priorizando la dignidad, la veracidad y el bienestar de todos los involucrados. Los análisis financieros incluyen políticas justas y este proyecto no plantea ninguna forma de plagio a otros trabajos.

Índice de contenido

Contenido

Resumen Ejecutivo.....	4
Consideraciones éticas.....	7
Índice de contenido	8
Índice de figuras.....	9
Antecedentes y Justificación	9
Formulación del Problema	12
Objetivo General y Específicos del Modelo de Negocio.....	12
Objetivo General	12
Objetivos Específicos	12
1. Descripción del Modelo de Negocio	13
1.1. GERENCIA: ESTUDIO DE MERCADO	17
1.1.1. Estudio de Mercado	17
1.1.1.1. Investigación de Mercado	17
1.1.1.1.1. Objetivo General	17
1.1.1.1.2. Objetivos Específicos	17
1.1.1.1.3. Población	18
1.1.1.1.4. Muestra.....	18

1.1.1.1.5. Diseño de la Investigación.....	19
1.1.1.1.6. Desarrollo de Técnicas de Investigación.....	19
1.1.1.1.7. Resultados de la investigación.....	22
1.1.1.1.7.1. Investigación Cualitativa	22
1.1.1.1.7.2. Investigación Cuantitativa:	29
1.1.1.2. Análisis de Resultados	30
1.1.1.3. Análisis de las 5 Cs.....	32
2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
2.1. CONCLUSIONES.....	34
2.2. RECOMENDACIONES	36
3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....	38
4. Anexos.....	40

Índice de figuras

Figura 1 Mapa de Competencias

32

Antecedentes y Justificación

En respuesta a los desafíos que enfrentan las personas para mantener en buen

estado las lápidas de sus seres queridos, especialmente en un tiempo en el que todos están ocupados con múltiples responsabilidades diarias, “ETERNAL – Plataforma de servicios post fallecimiento” surge como una solución integral.

Las múltiples actividades del día a día, la distancia en las ciudades, el agobiante tráfico e incluso la inseguridad así como la migración hacia otros países como Estados Unidos o España, han afectado significativamente la frecuencia de visitas a los cementerios, lo que a menudo resulta en descuido de estos espacios y una imagen poco favorable; asimismo, estos escenarios han generado dificultades para aquellos que desean dedicar tiempo para visitar a sus seres queridos fallecidos, causando principalmente sentimientos de culpa y nostalgia. Por otro lado, en los camposantos, existen personas que ofrecen servicios de mantenimiento, a menudo de manera informal, lo que no garantiza la realización del trabajo contratado, generando inseguridad y desconfianza en los usuarios sobre la ejecución y la calidad de los servicios que recibe.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el año 2023, aproximadamente la mitad de los fallecimientos del país ocurren en la región costera, con el 53% de ellos registrados en la provincia del Guayas. Además, la pandemia del COVID-19 ha provocado un aumento considerable en la cantidad de fallecimientos anuales, con un promedio de 110,000 casos, lo que representa un incremento del 50% en comparación con años anteriores. Esta situación ha llevado a la necesidad de encontrar soluciones que aborden esta creciente demanda de servicios post mortem.

Bajo este contexto y basándose en las tendencias identificadas por Euromonitor para el año 2023, que hacen referencia a la Automatización Auténtica y Aquí y

Ahora, surge “ETERNAL” como una idea de negocio innovadora.

A través de plataformas digitales, esta empresa proporcionará servicios integrales después del fallecimiento, con el objetivo de ayudar a los usuarios a mantener vivo el recuerdo y el lugar de descanso de sus seres queridos de manera memorable. La plataforma de ETERNAL se enfocará en brindar a los usuarios una alternativa confiable, respaldada por un servicio garantizado, que les permita mantener una conexión emocional y espiritual con sus seres queridos fallecidos. Permitirá a los usuarios superar las barreras de la distancia y la falta de tiempo al ofrecer servicios de mantenimiento y decoración de lápidas, entrega de flores frescas, limpieza y cuidado de los espacios, y la posibilidad de honrar a sus seres queridos a través de servicios religiosos virtuales, visitas en línea, etc.

Mediante prototipo validamos que la propuesta de ETERNAL se adapte a las necesidades y preferencias de los usuarios modernos, ofreciendo la comodidad de acceder a los servicios desde cualquier lugar y en cualquier momento. La plataforma también ofrecerá opciones personalizadas para que los usuarios puedan elegir entre una variedad de diseños y servicios que se ajusten a sus gustos y necesidades individuales. Además, considerando que uno de los principales dolores del modo tradicional de cubrir esta necesidad es el no poder asegurar la ejecución y calidad del trabajo contratado, ETERNAL brindará a sus usuarios la facilidad de poder validar en tiempo real o a demanda la correcta ejecución del servicio que haya contratado.

En conclusión, ETERNAL – Plataforma de servicios post fallecimiento, ofrecerá un servicio integral y confiable para mantener el recuerdo y el lugar de descanso de los seres queridos de manera memorable. A través de medios digitales, esta

plataforma busca superar las barreras de tiempo y distancia, permitiendo a los usuarios mantener la conexión emocional y espiritual con sus seres queridos fallecidos.

Formulación del Problema

La experiencia de perder a un ser querido es una etapa emocionalmente compleja y desafiante en la vida de cualquier individuo. En este contexto, la falta de servicios integrales y enfocados en las necesidades de las personas en duelo se ha destacado como una deficiencia en el mercado local de la ciudad de Guayaquil, Ecuador. A medida que las dinámicas sociales y culturales evolucionan, existe una creciente necesidad de abordar esta área con una perspectiva más compasiva y completa. Por lo tanto, el presente estudio se centra en la siguiente formulación del problema:

¿Cuál es la viabilidad y demanda de la plataforma ETERNAL para brindar servicios integrales post fallecimiento en la ciudad de Guayaquil, considerando las necesidades emocionales y prácticas de las familias y amigos en duelo?

Objetivo General y Específicos del Modelo de Negocio

Objetivo General

Evaluar, desarrollar e implementar una solución de servicios integrales post fallecimiento, como el aliado de confianza que brinda facilidades, para poder satisfacer las necesidades de las personas en relación al cuidado, mantenimiento, visitas virtuales y homenaje a sus seres queridos fallecidos en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

- 1. Cubrir las necesidades y preferencias de los usuarios que requieren los servicios ofrecidos impactando positivamente en su vida.
- 2. Identificar oportunidades y nichos de mercado no satisfechos.
- 3. Posicionar a ETERNAL como una plataforma de servicios post fallecimiento líder en el mercado, a través de estrategias de marketing innovadoras y efectivas, generando confianza, cercanía y calidad.
- 4. Establecer una estructura organizacional eficiente y funcional que garantice el adecuado funcionamiento de la empresa.
- 5. Garantizar el cumplimiento de todas las normativas y regulaciones legales que apliquen a la operación de la plataforma.
- 6. Desarrollar un enfoque técnico operativo sólido y eficiente que permita el óptimo funcionamiento de la plataforma, incluyendo la implementación de tecnologías seguras y eficaces.
- 7. Implementar un plan financiero que permita la sostenibilidad y rentabilidad del negocio a largo plazo.
- 8. Desarrollar programas y acciones de impacto social que promuevan el bienestar y la mejora de las comunidades cercanas a los camposantos, así como el desarrollo constante de los colaboradores de la empresa.

1. Descripción del Modelo de Negocio

ETERNAL es una empresa que ofrece servicios post fallecimiento a través de

una plataforma web. Su diferenciador y ventaja competitiva es brindar confianza y seguridad a sus clientes al respaldar los servicios ofrecidos por medio de una empresa formal, además de brindarle todas las facilidades y acceso a la verificación de los trabajos ejecutados. Para optimizar recursos y maximizar la oportunidad de contratos soporta la operativa de los trabajos en proveedores especializados y calificados. La plataforma web ofrece servicios como: jardinería y florería, limpieza y mantenimiento de lápidas, conmemoración en fechas importantes, visitas online, asistencia legal en trámites post fallecimiento como trámites de herencias, deudas etc, asistencia psicológica, borrado de huella digital, entre otros.

El mercado objetivo que se obtuvo mediante investigación realizada en la ciudad de Guayaquil durante el mes de mayo del 2023 fue definido en habitantes de la misma ciudad o residentes en el extranjero, entre 35 y 54 años con nivel socioeconómico A, B o C+. La demanda potencial para estos servicios es alta, ya que el 75.2% de los encuestados mostró interés en contratar los servicios post fallecimiento.

Para el diseño de la solución se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa, incluyendo entrevistas a profesionales relacionados al giro de negocio y grupos focales con personas acordes al mercado objetivo definido, así como con personas residentes en el extranjero.

La solución se desarrolla en una plataforma web que permite a los usuarios acceder a los servicios desde cualquier canal de contacto y contratar el servicio que mejor se adapte a sus necesidades, teniendo opciones para contratar paquetes, servicios eventuales o suscribirse con alguna frecuencia determinada al alguno de ellos.

Para garantizar la seguridad e individualidad de los clientes, el mismo deberá registrarse en la plataforma, proporcionar datos personales básicos para ser validado su registro a través de un correo electrónico de activación. Los proveedores también se registrarán en la plataforma, completando un formulario con sus datos personales y adjuntando fotografías de los trabajos realizados para pasar al proceso de calificación; una vez seleccionados y habiendo firmado el respectivo contrato, son dados de alta en la base de datos de la empresa para la asignación de trabajos.

La empresa se ha constituido legalmente como una Sociedad Anónima y ha registrado la propiedad intelectual de su nombre comercial, lema y logotipos los cuales representan su imagen corporativa ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI); además cumple con la responsabilidad social a través de prácticas responsables y contribuye al desarrollo sostenible colaborando con dos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): Trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8) y Alianzas para lograr los objetivos (ODS 17).

La metodología utilizada para el diseño de la solución Design Thinking aportó muchísimo para profundizar en la problemática identificada y permitió descubrir una necesidad emocional compartida por muchos ecuatorianos; se observó que las personas se sienten tristes por no estar cerca de sus seres queridos y desconfían de los informales que ofrecen el servicio debido a la mala calidad y la falta de responsabilidad y garantías.

El estudio de mercado reveló que el 42,5% de los encuestados tienen familiares fallecidos, la mayoría de ellos, un 70,8%, coloca flores en las tumbas y un 58,4% también gusta de rezar durante su visita. La principal motivación para visitar a sus

familiares fallecidos es conmemorar su recuerdo, con un porcentaje de 73,5%. El 54% de las personas visita el cementerio anualmente y un 75,2% estaría interesado en contratar los servicios ofrecidos.

El plan de marketing incluye estrategias de comunicación mediante la página web, redes sociales y presencia en centros comerciales; también se realizarán activaciones en diferentes eventos y ferias afines al giro de negocio.

El estudio técnico destaca la importancia de la satisfacción del cliente y la experiencia agradable, confiable, cercana y segura. Esto se logra a través de alianzas con proveedores calificados, acceso a información transparente y seguimiento de servicios.

El estudio administrativo identificó los puestos de trabajo clave dentro de la empresa: Gerente Administrativo y Financiero, Coordinador Operativo y Comercial, Coordinador de Marketing, Coordinador de Sistemas, Asistente de Servicio e Inspector de Operaciones.

La relación con proveedores de servicios se formaliza a través de contratos civiles, enfatizando que solo la empresa puede tener relación comercial directa con el cliente final; en todos los contratos se garantiza la confidencialidad y protección de la información, así como la adaptabilidad del servicio a las demandas cambiantes del mercado, cumpliendo además con las leyes de comercio electrónico y defensa del consumidor.

La viabilidad financiera del proyecto se ha evaluado mediante el cálculo de la Tasa Interna de Retorno, el Valor Actual Neto y el período de recuperación, resultando la factibilidad de ejecución de este proyecto.

Por todo lo expuesto anteriormente y luego de realizar un análisis exhaustivo, se determina que el modelo de negocio ETERNAL – Plataforma de servicios post fallecimiento es viable y se recomienda actuar de manera anticipada para evitar una disminución en las ventas e implementar un plan continuo que permita incrementar las ventas o diversificar el portafolio de servicios siempre de la mano de la innovación y considerando la necesidad de nuestros clientes.

1.1. GERENCIA: ESTUDIO DE MERCADO

1.1.1. Estudio de Mercado

1.1.1.1. Investigación de Mercado

1.1.1.1.1. Objetivo General

- El objetivo general de la investigación de mercado es evaluar la viabilidad y demanda potencial de los servicios integrales post fallecimiento ofrecidos por Eternal en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

1.1.1.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar el comportamiento de consumo de los servicios de mantenimiento, asistencia y arreglos para camposantos en la ciudad de Guayaquil.
- Analizar la capacidad de pago de los consumidores potenciales en relación con los diferentes servicios ofrecidos por Eternal.
- Establecer el perfil y las características de los posibles aliados estratégicos en los sectores relacionados con los servicios funerarios.
- Evaluar la demanda y la aceptación que podría tener el servicio integral

post fallecimiento ofrecido por Eternal en el mercado de Guayaquil.

- Reconocer las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores en relación con los servicios de mantenimiento, asistencia y arreglos en camposantos.
- Identificar oportunidades y nichos de mercado no satisfechos en el sector funerario de Guayaquil.

1.1.1.1.3. Población

El estudio de mercado se desarrolló en la ciudad de Guayaquil, cuya población aproximada asciende a 2,350,915 habitantes. De este total, se identificó un grupo demográfico compuesto por 543,061 individuos con edades comprendidas entre 35 y 54 años. Dentro de este segmento, se focalizó en una población de 194,959 personas pertenecientes a los estratos socioeconómicos A, B y C+.

1.1.1.1.4. Muestra

Para definir el tamaño adecuado de la muestra, se aplicó la fórmula propuesta por Pysma (2015), donde N representa el tamaño de la población, Z denota el nivel de confianza deseado, P corresponde a la probabilidad de éxito o proporción esperada, Q refleja la probabilidad de fracaso y D representa la precisión, es decir, el error máximo admisible en términos de proporción.

El análisis de la muestra determinó que un total de 384 individuos sería apropiado para llevar a cabo la investigación. Esto se estableció con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

1.1.1.1.5. Diseño de la Investigación

En este estudio de investigación, se adoptó un diseño metodológico compuesto que combina enfoques cualitativos y cuantitativos, respaldado por un diseño exploratorio según las directrices de Sampieri (2010). Esta elección estratégica busca obtener una comprensión profunda y holística de los fenómenos relacionados con los servicios post fallecimiento de Eternal en el mercado de Guayaquil. Los enfoques cualitativos aportan riqueza contextual y percepciones individuales, mientras que los enfoques cuantitativos brindan datos numéricos para patrones y relaciones. El diseño exploratorio se adapta a la novedad del proyecto en el mercado y permite identificar oportunidades y nichos emergentes. En conjunto, esta metodología busca arrojar luz sobre las necesidades y preferencias de los consumidores en relación con los servicios de Eternal en Guayaquil.

1.1.1.1.6. Desarrollo de Técnicas de Investigación

Para la recolección de datos en este estudio, se emplearon diversas técnicas de investigación que permitieron abordar de manera integral los aspectos clave del mercado de servicios post fallecimiento en Guayaquil. Se aplicaron un total de 384 encuestas estructuradas, las cuales proporcionaron datos cuantitativos valiosos sobre las percepciones y comportamientos de los consumidores potenciales. Además, se llevaron a cabo 2 entrevistas a profundidad semiestructuradas, brindando una oportunidad para explorar en detalle las perspectivas individuales de los participantes, incluyendo sus opiniones, experiencias y deseos en relación con

los servicios ofrecidos.

Para obtener una comprensión más completa, se organizaron 2 grupos focales, donde se propició la interacción entre los participantes, generando discusiones y debates en torno a los servicios y sus implicaciones. Estos grupos focales resultaron en una amplia gama de opiniones y puntos de vista enriquecedores.

Además, la observación directa también desempeñó un papel fundamental. A través de la observación en contextos relevantes, se capturaron comportamientos y dinámicas que podrían no haberse revelado completamente a través de las otras técnicas.

El análisis se centró en tres unidades principales: consumidores potenciales, proveedores de servicios informales y funcionarios con poder de decisión de empresas aliadas. Estas unidades proporcionaron una perspectiva integral de todas las partes interesadas en el mercado, permitiendo un análisis completo de las necesidades, expectativas y desafíos presentes en la industria de servicios post fallecimiento en Guayaquil.

Tabla 1 Unidades de análisis y herramientas de investigación

Unidades de Análisis	Objetivo que se cubrió	Herramienta
Consumidores potenciales	Identificar patrones de consumo de servicios para arreglos y mantenimiento de tumbas. Establecer los factores claves que influyen en la decisión de compra de estos servicios.	Encuestas Observaciones participantes participantes en focus group
Consumidores potenciales	Determinar la capacidad de pago del consumidor de servicios. Validar precio por cada servicio ofrecido, paquetes, etc.	Encuestas
Consumidores potenciales Proveedores de servicios informales	Definir la oferta de valor que entrega la competencia y el nivel de satisfacción que entregan a los consumidores.	Encuestas Observaciones participante

Consumidores potenciales	Determinar los canales de comunicación preferidos por el consumidor potencial de la empresa	Encuestas
Funcionarios de empresas, potenciales socios estratégicos	Identificar aliados estratégicos en el sector para identificar sus características, percepción sobre trabajo colaborativo y posibles oportunidades de negocio.	Entrevistas
Proveedores de servicios informales	Entender las necesidades, percepciones, capacidades e intereses de los proveedores de servicios.	Entrevistas

1.1.1.1.7. Resultados de la investigación

1.1.1.1.7.1. Investigación Cualitativa

Resultados Clave de los Grupos Focales a Clientes Potenciales:

Disponibilidad de tiempo para visitar al familiar fallecido: las visitas varían desde disminuir con el tiempo hasta realizarse en fechas especiales.

Las actividades personales y laborales a menudo limitan las visitas.

La distancia geográfica puede ser un obstáculo para visitas frecuentes.

Frecuencia de visitas: las frecuencias de visita varían desde una vez al año hasta cada dos meses.

Experiencia personal en los servicios recibidos en el camposanto: la

atención y la comodidad del lugar son aspectos valorados.

La falta de guía o información puede ser un problema en algunos camposantos.

Algunos experimentaron dificultades durante la exhumación.

Mala experiencia en el camposanto: algunos experimentaron demoras en los servicios y falta de empatía del personal.

La falta de mantenimiento en ciertas áreas también fue mencionada.

Aspectos valorados en los servicios de camposantos: la seguridad, el orden y la limpieza son aspectos altamente valorados.

Se pide un servicio de atención más empático por parte del personal.

Expectativas de los servicios que desean recibir en el camposanto: se valoran servicios de mantenimiento de lápidas, florería y limpieza.

Algunos estarían dispuestos a pagar por servicios de arreglo floral y mantenimiento.

Adecuación del lugar de descanso de su familiar fallecido: se busca un lugar limpio, ordenado y bien mantenido, con césped cortado y sin plagas.

Solución al arreglo de la tumba/nicho: algunos utilizan los servicios brindados por el camposanto, mientras que otros recurren a proveedores externos.

Comentarios sobre los camposantos: se sugiere la transmisión de la misa por video para quienes no pueden asistir.

Se propone un servicio de transporte para visitas.

La organización del lugar y la capacitación del personal son áreas de mejora.

Estos grupos focales revelan la importancia de la seguridad, el mantenimiento y la empatía en los camposantos, así como la necesidad de servicios adicionales que se adapten a las diferentes expectativas y necesidades de los visitantes.

Resultados Clave del Grupo Focal con Personas Migrantes:

Disponibilidad de tiempo para visitar al familiar fallecido: los participantes viven fuera del país y no tienen disponibilidad para visitar con regularidad.

Frecuencia de visitas: las visitas se limitan a ocasiones específicas durante las visitas al país, normalmente no más de 2 veces durante esa estancia.

Experiencia personal en los servicios recibidos en el camposanto: la seguridad y la falta de servicios adecuados son preocupaciones.

Algunos camposantos carecen de servicios de mantenimiento y entrega de flores.

Mala experiencia en el camposanto: se menciona el robo de flores y la falta de supervisión en algunos camposantos.

Aspectos valorados en los servicios que ofrecen los camposantos: los participantes expresan la falta de servicios adecuados en los camposantos.

Expectativas de los servicios que desean recibir en el camposanto: los participantes buscan servicios más interactivos y a distancia, como supervisión mediante fotos o videollamadas.

Desean visitas en tiempo real a demanda y coordinación de eventos con pago compartido en grupos familiares.

La confianza en los arreglos y pagos es un factor importante.

Adecuación del lugar de descanso de su familiar fallecido: los participantes valoran que el lugar se vea bonito y esté limpio, además de recibir mantenimiento adecuado según el tipo de tumba.

Solución al arreglo de la tumba/nicho: la elección de quién realiza el arreglo depende de la confianza en la persona. Pueden buscar recomendaciones en línea.

Comentarios sobre los camposantos: los participantes no realizaron comentarios adicionales sobre los camposantos.

Estos resultados resaltan la necesidad de servicios más personalizados y a distancia para las personas migrantes, así como la importancia de la confianza en los arreglos y en el manejo de los pagos.

Resultados Clave de Entrevistas a Profundidad con personal del área de ventas de la Junta de Beneficencia:

Productos Ofrecidos: La Junta de Beneficencia ofrece una variedad de servicios funerarios que incluyen espacios para entierros en diferentes secciones del camposanto, desde tumbas individuales hasta mausoleos familiares. Además, brindan servicios complementarios como urnas, lápidas, embalsamamiento, preparación del cuerpo y transporte.

Tipos de Clientes: El camposanto atiende a tres categorías principales de clientes:

Familias: Buscan tranquilidad, belleza, accesibilidad y comodidad para las

tumbas de sus seres queridos.

Personas Previsoras: Planifican con anticipación y consideran ubicación, tamaño y precio de los espacios.

Empresas Funerarias: Adquieren espacios en nombre de sus clientes, buscando diversas opciones y servicios.

Factores de Compra: Al comprar un espacio en el camposanto, los clientes valoran la belleza, serenidad y ubicación conveniente. También consideran el tamaño, capacidad y precio del espacio, buscando un equilibrio entre costo y calidad.

Beneficios Adicionales: Los clientes frecuentemente consultan sobre beneficios adicionales al espacio, como mantenimiento de tumbas, personalización de lápidas y disponibilidad de capillas para servicios religiosos.

Interés en Beneficios por Precio Justo: Se cree que los clientes están interesados en recibir beneficios adicionales por un precio justo. La demanda actual tiende hacia opciones personalizadas y completas que honren y recuerden a sus seres queridos.

Motivación para Trabajar: La motivación para trabajar en el sector funerario radica en brindar apoyo y consuelo a las familias en momentos difíciles. La atención compasiva y respetuosa es esencial.

Tumbas Abandonadas: Las tumbas abandonadas se consideran una situación lamentable que afecta la seguridad y experiencia de las familias. Se implementan acciones como notificaciones a propietarios y reutilización adecuada de espacios.

Peticiones Especiales: Los clientes a menudo solicitan servicios especiales

para el día del entierro y días posteriores, como la presencia de líderes religiosos, grupos musicales y elementos decorativos específicos.

Flexibilidad en Pagos: La flexibilidad en las opciones de financiamiento o pago se considera importante para acceder a servicios, especialmente para familias con dificultades financieras.

Temporadas de Demanda: Los picos de demanda ocurren en celebraciones religiosas y fechas conmemorativas, como el Día de los Difuntos, Navidad y Semana Santa. Recientemente, la violencia en la ciudad ha aumentado la demanda.

Promociones y Paquetes: Se manejan promociones que incluyen descuentos por pronto pago, paquetes de servicios y programas de lealtad para atraer a las familias y adaptarse a sus necesidades y presupuesto.

Resultados Clave de Entrevistas a Profundidad con Eduardo Velarde, Psicólogo Clínico del Instituto de Neurociencias:

Enfoque de Apoyo en el Duelo: El enfoque principal es proporcionar un espacio seguro y de apoyo para que las personas expresen su dolor y procesen la pérdida. Se emplean técnicas de escucha activa y empatía para comprender sus necesidades emocionales.

Proceso de Duelo: El duelo es una respuesta natural ante la pérdida. Las etapas comunes son negación, ira, tristeza, negociación y aceptación. Se enfatiza que el duelo no sigue una progresión lineal y varía entre individuos.

Papel del Psicólogo: El psicólogo brinda apoyo emocional y psicológico en el

duelo, ofreciendo un espacio seguro para la expresión de emociones, ayudando en la comprensión y procesamiento de la pérdida, y proporcionando herramientas para lidiar con el dolor.

Técnicas de Procesamiento Emocional: Se utilizan terapias como la de duelo, cognitivo-conductual y centrada en la emoción para explorar pensamientos negativos, promover la autorreflexión y la expresión emocional, y enseñar habilidades de afrontamiento.

Gestión de Emociones Intensas: Se aborda la gestión de emociones intensas validando las emociones y enseñando técnicas de regulación emocional, incluyendo ejercicios de respiración, relajación y mindfulness.

Recomendaciones de Bienestar Emocional: Se recomienda el autocuidado, el apoyo de amigos y familiares, buscar ayuda profesional, mantener rutinas y practicar técnicas de relajación.

Encontrar Significado en la Pérdida: Se fomenta la reflexión y el autocuestionamiento para encontrar significado y propósito en la vida a pesar de la pérdida.

Manejo de Culpa y Arrepentimiento: Se brinda un espacio libre de juicio para explorar y aceptar la culpa y los arrepentimientos. Se identifican creencias irracionales y se busca el perdón y la reconciliación.

Fomentar la Resiliencia: Se utilizan técnicas como construcción cognitiva, autocompasión, fortalecimiento de redes de apoyo y desarrollo de habilidades de afrontamiento para fomentar la resiliencia y adaptación.

Apoyo en Camposantos: Se sugiere que los camposantos ofrezcan programas

de apoyo al duelo, grupos de apoyo, asesoramiento psicológico y actividades conmemorativas para brindar apoyo emocional a los familiares.

Empatía en Camposantos: Se recomienda que los camposantos prioricen la empatía, proporcionen información transparente, opciones flexibles de pago y un espacio de apoyo psicológico. También se sugiere capacitar al personal para brindar un servicio al cliente más humanizado.

1.1.1.1.7.2. Investigación Cuantitativa:

Se encuestaron a 384 personas y se obtuvieron los siguientes resultados:

Ubicación de Familiares Fallecidos: El 42,5% de los encuestados tienen familiares fallecidos en el Cementerio General de la Junta de Beneficencia.

Actividades Principales en las Visitas: El 70,8% de los encuestados coloca flores durante las visitas y el 58,4% prefiere rezar.

Motivación Principal: El 73,5% de los encuestados busca conmemorar el recuerdo de sus familiares fallecidos.

Frecuencia de Visita al Camposanto: El 54% de las personas indicó que visita el camposanto anualmente.

Interés en Servicios de Asistencia Post Fallecimiento: El 75,2% de los participantes expresó interés en contratar servicios de asistencia post fallecimiento.

Preferencia de Comunicación: El 58,4% prefiere recibir información de estos servicios a través del correo electrónico y el 50,4% prefiere recibir ofertas vía WhatsApp.

Rango de Pago Mensual: Los encuestados estarían dispuestos a pagar \$40 a \$50 mensuales por servicios de arreglos florales y mantenimiento.

Aspectos Importantes en un Servicio: Todos los encuestados consideraron importante que el servicio cuente con empatía, calidad, garantía, comunicación, confianza, buen precio y seguridad.

Datos Demográficos: El 47,8% de los encuestados tiene entre 27 y 42 años, el 75% es de género femenino, el 69,9% es empleado del sector privado, el 29,2% tiene ingresos mensuales superiores a \$2,000, el 66,4% tiene estudios de tercer nivel y el 37,2% vive en el norte de Guayaquil.

1.1.1.2. Análisis de Resultados

Clientes Locales: El análisis del grupo focal reveló que los clientes locales tienen interés en satisfacer sus necesidades emocionales, buscando empatía por parte del personal del camposanto, confianza en la calidad de los servicios y la tranquilidad de conmemorar a sus familiares fallecidos de manera adecuada.

Clientes Migrantes: En general, los clientes migrantes mostraron una buena aceptación hacia los servicios ofrecidos. Valoraron la ausencia de intermediarios en la contratación, la formalidad de la empresa y aspectos como la conservación de los precios de Ecuador, la posibilidad de realizar pagos directos desde el extranjero y la facilidad de acceso para comprobar los servicios contratados. También se destacó la importancia de sentirse cerca de sus seres queridos fallecidos cuando lo deseen.

Socios Estratégicos: Las entrevistas a expertos como socios estratégicos revelaron que los clientes valoran camposantos hermosos y tranquilos. Demandan servicios complementarios como mantenimiento de tumbas y personalización de

lápidas. Las temporadas de mayor demanda coinciden con celebraciones religiosas y fechas conmemorativas. También se enfatizó en la importancia de brindar apoyo emocional y capacitar al personal para ser más empáticos con los individuos.

1.1.1.2.1.1. Mercado Objetivo y Potencial

En el caso de ETERNAL, el mercado objetivo se describe de la siguiente manera:

Habitantes de Guayaquil: La empresa se enfoca en la población que reside en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

Edades entre 35 y 54 años: ETERNAL dirige sus servicios a personas que se encuentran en esta franja de edades. Esto se basa en la investigación que indica que este grupo demográfico tiene una mayor probabilidad de requerir servicios relacionados con el cuidado y la conmemoración de familiares fallecidos.

Nivel socioeconómico A, B, C+: El enfoque se centra en personas de niveles socioeconómicos medios y medios-altos. Esto se relaciona con la capacidad de pago y la disposición a invertir en servicios post fallecimiento.

Con un familiar fallecido en cementerios de Guayaquil: ETERNAL se dirige a personas que tienen familiares fallecidos en los cementerios de Guayaquil, ya que son quienes podrían estar interesados en los servicios de asistencia post fallecimiento.

Con ingresos independientes: La empresa se dirige a individuos que cuentan con ingresos independientes y pueden invertir en servicios adicionales.

1.1.1.2.1.2. Mapa de la competencia

Tabla 1 Mapa de la Competencia

Competidor	Descripción	Ventajas y Diferenciadores
Eternal	Servicios integrales post fallecimiento	Personalización, tecnología, atención integral
Cementerio General	Cementerio tradicional	Reconocimiento, ubicación histórica
Jardines de la Esperanza	Espacios y mantenimiento	Mantenimiento, entorno cuidado
Empresas de Arreglos Florales	Decoración funeraria	Especialización en decoración
Servicios de Asistencia Funeraria	Coordinación de funerales	Enfoque en logística y coordinación
Trabajadores Informales de Mantenimiento	Mantenimiento de tumbas	Cobertura, costos bajos
Vendedores Informales	Ventas junto a los camposantos	Accesibilidad, variedad de productos

1.1.1.3. Análisis de las 5 Cs

1.1.1.3.1. Contexto

El análisis PESTEL ha revelado una serie de factores cruciales que influyen en el entorno operativo de ETERNAL. Las regulaciones políticas y normativas locales pueden afectar las operaciones. Las fluctuaciones económicas, tanto a nivel nacional como global, impactarán la demanda de servicios, influenciada por la disponibilidad de ingresos para gastos no esenciales. Las prácticas culturales y la estructura demográfica, como el envejecimiento de la población, también desempeñarán un papel importante en la demanda. La penetración digital y la

conectividad proporcionan oportunidades para estrategias de marketing y entrega de servicios, aunque la vulnerabilidad climática y la ineficiencia del sistema legal presentan desafíos.

1.1.1.3.2. Compañía

ETERNAL tiene claras fortalezas y oportunidades. Ofrece servicios asequibles y de calidad, con personal especializado y atención personalizada. Posee una página web segura y una propuesta de valor sólida. La demanda creciente y la posibilidad de alianzas estratégicas son oportunidades clave. Sin embargo, se enfrenta a desafíos como la falta de proveedores adecuados para servicios masivos y la desconfianza en los pagos en línea debido a ser una empresa nueva.

1.1.1.3.3. Clientes

El mercado objetivo de ETERNAL se compone de habitantes de Guayaquil, de edades entre 35 y 54 años, con niveles socioeconómicos medios y medios-altos, y que tienen familiares fallecidos en cementerios de la ciudad. Además, se dirige a personas con ingresos independientes. La demanda potencial estimada se ha calculado tomando en cuenta el interés expresado por los encuestados y el costo promedio del servicio.

1.1.1.3.4. Competidores

Si bien ETERNAL no tiene competidores directos debido a su enfoque en la prestación integral de servicios post fallecimiento, existen competidores indirectos que ofrecen servicios individuales similares. Pintores, empresas de limpieza, florerías y asesores legales pueden brindar servicios que ETERNAL busca integrar. Además, se mencionan camposantos que podrían expandir su oferta.

1.1.1.3.5. Colaboradores

ETERNAL dependerá de colaboradores externos, como minoristas de flores, compañías de limpieza y mantenimiento, asesores legales y cementerios, para proporcionar servicios de manera efectiva. La colaboración con estos proveedores es esencial para garantizar la calidad y eficacia de los servicios ofrecidos.

2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2.1. CONCLUSIONES

Demanda y Aceptación del Servicio: Los resultados de la investigación claramente demuestran que existe una demanda real y una aceptación positiva de los servicios post fallecimiento ofrecidos por ETERNAL. Tanto los clientes locales como los migrantes han mostrado interés en la propuesta, valorando la comodidad y personalización que brinda.

Alianzas Estratégicas: La identificación de aliados estratégicos en la industria funeraria y servicios relacionados se perfila como un factor crucial para el éxito de ETERNAL. Las colaboraciones pueden enriquecer la propuesta de valor y fortalecer la posición competitiva de la empresa.

Competencia Indirecta y Adaptabilidad: Aunque no hay competidores directos que ofrezcan servicios similares, la competencia indirecta y la constante evolución del mercado demandan la adaptabilidad de ETERNAL. La mejora continua y la innovación son esenciales para mantenerse por delante en la industria.

Potencial de Ingreso Significativo: La investigación proporciona una base

sólida para estimar un potencial ingreso anual significativo. Estas proyecciones financieras respaldan la viabilidad del proyecto y su capacidad para generar ganancias sostenibles.

Tendencias Socioeconómicas y Tecnológicas: La tendencia hacia la digitalización y la adopción tecnológica en la sociedad ecuatoriana valida la propuesta de servicios en línea de ETERNAL. La incorporación de soluciones digitales está en línea con las expectativas cambiantes de los clientes.

Servicios Personalizados y Empáticos: Los clientes valoran la personalización y la empatía en la experiencia de los servicios funerarios. El trato sensible durante los momentos de duelo y la atención personalizada son aspectos cruciales para la satisfacción del cliente.

Desafíos para Personas Migrantes: Las personas migrantes enfrentan desafíos únicos debido a la distancia geográfica que limita sus visitas regulares. Esto resalta la importancia de soluciones a distancia y flexibles que les permitan mantener un vínculo emocional con sus seres queridos fallecidos.

Oportunidades de Valor Agregado: La oferta de servicios de mantenimiento, arreglos florales y coordinación de eventos familiares presenta oportunidades para agregar valor y mejorar la experiencia del cliente. La personalización se presenta como una estrategia efectiva para atraer y retener a los clientes.

Importancia de la Comunicación y Educación: La comunicación clara y efectiva con los clientes, así como la educación sobre los servicios y cambios en los camposantos, son esenciales para evitar malentendidos y mejorar la satisfacción del cliente.

Enfoque Sostenible y Ambiental: La tendencia hacia soluciones sostenibles y la responsabilidad ambiental brinda una oportunidad para ETERNAL. La oferta de servicios de mantenimiento y cuidado se alinea con la preocupación actual por el medio ambiente y la longevidad de los lugares de sepultura.

En conjunto, el estudio de mercado refleja una favorable viabilidad para desarrollar la Plataforma de Servicios Post Fallecimiento "ETERNAL". La demanda, la recepción positiva del público objetivo, la identificación de oportunidades de colaboración y el potencial de ingreso sugieren que la propuesta de servicios integrales post fallecimiento tiene una base sólida en el mercado ecuatoriano. Sin embargo, es importante continuar monitoreando las tendencias del mercado, adaptarse a los cambios y mantener la calidad y la innovación como pilares clave para asegurar el éxito continuo del proyecto.

2.2. RECOMENDACIONES

Desarrollo de Alianzas Estratégicas: Identificar y establecer alianzas con proveedores de la industria funeraria y servicios relacionados puede enriquecer la propuesta de valor de ETERNAL. Colaboraciones estratégicas pueden fortalecer la oferta y ampliar la gama de servicios disponibles.

Innovación Continua: Es esencial mantener un enfoque constante en la innovación. La mejora continua de los servicios y la introducción de nuevas características mantendrán a ETERNAL a la vanguardia y atraerán a clientes.

Plataforma Digital Robusta: Desarrollar y mantener una plataforma digital robusta

es fundamental. La plataforma debe ser intuitiva, segura y fácil de usar para garantizar que los clientes tengan acceso a los servicios y recursos necesarios.

Personalización de Servicios: Ofrecer opciones de personalización permitirá a los clientes adaptar los servicios según sus preferencias y necesidades. Desde arreglos florales hasta coordinación de eventos, la personalización agrega un valor significativo.

Servicios de Mantenimiento Mejorados: Fortalecer los servicios de mantenimiento de tumbas y áreas de sepultura es crucial. La limpieza, el cuidado y el mantenimiento regular deben ser de alta calidad para reflejar respeto hacia los seres queridos fallecidos.

Implementación de Tecnología: La incorporación de tecnología, como supervisión a distancia y notificaciones en tiempo real, satisfará las demandas crecientes de los clientes por servicios digitales interactivos y convenientes.

Capacitación en Empatía y Sensibilidad: Capacitar al personal en la empatía y la sensibilidad hacia las emociones de los dolientes puede mejorar en gran medida la experiencia del cliente durante los momentos de duelo y recuerdo.

Comunicación Transparente: Establecer una comunicación clara y transparente con los clientes, tanto en términos de servicios como de cambios en las tumbas, evitará sorpresas desagradables y fomentará la confianza.

Educación y Orientación: Proporcionar información educativa sobre los servicios ofrecidos, procesos funerarios y opciones disponibles ayudará a los clientes a tomar decisiones informadas y a sentirse más seguros en sus elecciones.

Enfoque en la Sostenibilidad: Considerar la sostenibilidad en la prestación de

servicios puede alinearse con las preocupaciones ambientales actuales. La adopción de prácticas amigables con el medio ambiente puede diferenciar a ETERNAL y atraer a clientes con una conciencia ambiental.

3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Arias, G. J., & Covinos, G. M. (2021). Diseño y metodología de la investigación. Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. Obtenido de <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>

Bower, J. E., Kemeny, M. E., Taylor, S. E., & Fahey, J. L. (2019). Finding positive meaning and its association with natural killer cell cytotoxicity among participants in a bereavement-related disclosure intervention. *Annals of Behavioral Medicine*, 53(9), 813-821.

Chen, S. C., Lu, L. Y., Tseng, H. M., Tsay, S. L., & Tung, H. H. (2017). Psychological morbidity and quality of life in families of patients with cancer in Taiwan. *Asian Nursing Research*, 11(3), 186-193.

Enriquez, C. (Abril de 2019). Líderes. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/capital-emprendimientos-estudio-financiamiento-inversion.html>

González, A. E. P., Rodríguez, A. C., & López, J. C. A. (2020). Aplicación móvil para la gestión de trámites funerarios. *Revista Científica Iberoamericana de Educación y Comunicación*, 13(26), 51-66.

Johnson, A. E., & Williams, R. N. (2018). Addressing unmet needs in the funeral industry: An exploratory study. *Omega-Journal of Death and Dying*, 0030222818789476.

Leung, L., Kim, J., Chen, V. H., & Song, W. (2018). Technology-driven solutions for better healthcare: A review of the transformative role of IoT, big data, and AI. *Journal of the Formosan Medical Association*, 117(10), 877-883.

López, J. M., & Ruperti, C. S. (2019). Análisis de las preferencias de consumo, gustos, deseos y cambios generacionales en los habitantes de la ciudad de Manta. *Analysis of the preferences of consumption, tastes, desires and generational changes. Revista Científica Ciencia y Tecnología*. Vol. , vol. 19, no 22, p. 108-125. Obtenido de <https://scholar.archive.org/work/7kebsmm5nzbarkigaxaroqnvna/access/wayback/http://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/revista/index.php/cienciaytecnologia/article/download/249/361>

"Mercado Potencial: Qué es y cómo se calcula." (n.d.). Infinitia Research. Obtenido de <https://www.infinitiaresearch.com/noticias/mercado-potencial-que-es-y-como-se-calcula/#:~:text=Para%20calcular%20el%20mercado%20potencial%20se%20utiliza%20la%20siguiente%20f%C3%B3rmula,consumo%20per%20c%C3%A1pita%20de%20media.>

"Análisis PESTEL: Qué es y cómo se hace." (n.d.). ESERP Business School. Obtenido de <https://es.eserp.com/articulos/que-es-analisis-pestel/>

"Banco Mundial - Ecuador." (n.d.). Banco Mundial. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>

"Defunciones Generales." (n.d.). Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/defunciones-generales/>

"Defunciones Generales 2021." (n.d.). Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Defunciones_Generales_2021/Principales_resultados_EDG_2021_v2.pdf

"Digital 2023: Ecuador — DataReportal – Global Digital Insights." (n.d.). DataReportal. Obtenido de <https://datareportal.com/reports/digital-2023-ecuador>

"Ecuador en Cifras." (n.d.). Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf

"Desafíos ambientales de Ecuador en el 2023: Frenar la minería ilegal." (n.d.). Mongabay Latam. Obtenido de <https://es.mongabay.com/2023/01/desafios-ambientales-de-ecuador-en-el-2023-frenar-la-mineria-ilegal/>

Sevilla Arias, A. (Julio de 2014). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Tapia, Evelyn (Enero de 2023). Primicias. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/negocio-propio-financiamiento-opciones-ecuador/>

Velayos Morales, V. (Marzo de 2020). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Beltrán, B. (Octubre de 2019). El Comercio. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/tumbas-olvidadas-cementerios-criptas-quito.html>

Robles, J. (Noviembre de 2019). Pressreader Diario Extra. Obtenido de <https://www.pressreader.com/ecuador/diario-extra/20191102/281814285666179>

4. Anexos

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD (PERSONA QUE ATIENDA A ESTE CONSUMIDOR EN LA PARTE COMERCIAL/ GERENCIAL DE UN CAMPOSANTO).

Entrevista a profundidad Experto 1

1. ¿Cuáles son los productos más adquiridos, los nichos o las bóvedas?
2. ¿Qué nos podría indicar sobre los diferentes tipos de clientes/perfiles/usuarios que tiene el camposanto?
3. ¿Qué buscan los clientes al momento de comprar un espacio en el camposanto? (entorno-ubicación-tamaño-precio).
4. En su experiencia, ¿con qué frecuencia preguntan los clientes sobre recibir otros beneficios adicionales al espacio en el camposanto?
5. ¿Considera que los familiares o clientes estén interesados en recibir beneficios adicionales por un precio justo?
6. ¿Cuál es su motivación para trabajar en el camposanto?
7. ¿Qué opina sobre las tumbas abandonadas en el camposanto?
8. ¿Los clientes suelen hacer peticiones especiales para el día del entierro o para días póstumos al entierro? Tal como llevar un sacerdote o llevar grupo musicales o alguna otra petición?
9. ¿El camposanto tiene alguna restricción o prohibición a nivel comercial que ud. considera importante mejorar para poder tener mayor cantidad de clientes?
10. ¿Tienen picos o meses de temporadas en la venta de espacios en camposantos?

11. ¿Manejan promociones para comprar espacios o solo venden espacios unitarios

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD (PSICÓLOGO CLÍNICO)

Entrevista a profundidad Experto 2

La entrevista es de carácter confidencial y tendrá una duración de aproximadamente 30 minutos, de antemano agradezco por el tiempo que nos otorga para el desarrollo de esta entrevista.

1. ¿Cuál es tu enfoque principal al brindar apoyo a personas que están pasando por la pérdida de un ser querido?
2. ¿Cómo define el proceso de duelo y qué etapas o fases considera que las personas suelen experimentar?
3. ¿Cuál es su papel como psicólogo en el proceso de acompañamiento durante el duelo?
4. ¿Qué estrategias o técnicas utiliza para ayudar a las personas a enfrentar y procesar su dolor emocional?
5. ¿Cómo aborda la gestión de las emociones intensas y las reacciones individuales al duelo?
6. ¿Qué recomendaciones o consejos suele dar a las personas en duelo para cuidar su bienestar emocional durante el proceso?

7. ¿Cómo ayuda a las personas a encontrar significado o sentido en medio de su pérdida?
8. ¿Cuál es su enfoque para trabajar con la culpa o los arrepentimientos que las personas pueden experimentar después de la pérdida?
9. ¿Qué recursos o técnicas utiliza para fomentar la resiliencia y la adaptación saludable después de la pérdida?
10. ¿Qué considera que le falta a los camposantos para poder manejar la crisis del duelo en los familiares?
11. ¿Tiene alguna recomendación sobre el manejo emocional que actualmente no se brindan en los camposantos por la falta de empatía con los familiares de los fallecidos cuando tienen que comprar un espacio y no se fijan en el dolor del momento?

GRUPOS FOCALES

Bienvenida y agradecimiento por su participación.

Presentación de los participantes y objetivo del grupo focal.

1. ¿Consideran que actualmente tiene la disponibilidad de tiempo para visitar a su familiar de la misma manera que cuando recién falleció?
2. ¿Con qué frecuencia visitan el camposanto?

3. ¿Podrían compartir su experiencia personal en los servicios recibidos en el camposanto donde reposa su ser querido?
 1. ¿Se siente seguro con el servicio que hoy le ofrecen?
 2. ¿Podría indicarnos que les gusta del servicio que reciben?
 3. ¿El servicio lo contratan en línea o directamente en el camposanto?
4. ¿Puede describir alguna situación en el camposanto que no le haya gustado?
5. ¿Qué aspectos valoran más en los servicios que ofrecen los camposantos y qué mejorarían?
6. ¿Cuáles serían sus expectativas acerca de los servicios que desea recibir en el camposanto?
 1. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ese servicio que le gustaría recibir?
 2. ¿Con qué frecuencia le gustaría poder utilizarlo?
7. ¿Cómo le gustaría que esté adecuado el lugar donde descansa su familiar fallecido?
8. ¿Si desea realizar algún arreglo en la tumba/nicho, cómo lo solucionan?
 1. Buscan un proveedor en las calles o piden referencias.
 1. ¿Se sienten seguros con esa persona desconocida?
 2. ¿Le brinda garantía por el trabajo realizado?
 2. El camposanto le brinda el servicio.
9. ¿Tienen algún comentario que les gustaría agregar sobre los camposantos?

ANEXO 2

Resultados cualitativos

Entrevistas a Profundidad 1:

Entrevista a Carla Montalvo, área de Ventas de la Junta de Beneficencia.

1. ¿Cuáles son los productos que ofrecen?

Ofrecemos una variedad de productos relacionados con servicios funerarios. Esto incluye espacios para entierros en diferentes secciones del camposanto, desde tumbas individuales hasta mausoleos familiares. También brindamos servicios adicionales como urnas, lápidas, servicios de embalsamamiento y preparación del cuerpo, servicios de transporte, entre otros.

2. ¿Qué nos podría indicar sobre los diferentes tipos de clientes/perfiles/usuarios que tiene el camposanto?

Podemos identificar varias categorías:

a) Familias: Son clientes que buscan un lugar adecuado para enterrar a sus seres queridos. Suelen preocuparse por la tranquilidad y la belleza del entorno, así como por la accesibilidad y comodidad para visitar las tumbas.

b) Personas previsoras: Este tipo de clientes planifican con anticipación y adquieren espacios en el camposanto para asegurarse de que sus deseos sean cumplidos al momento de su fallecimiento. Suelen ser más conscientes de la ubicación, el tamaño y el precio de los espacios.

c) Empresas funerarias: Estas empresas son clientes importantes, ya que adquieren espacios en nombre de sus clientes. Buscan una variedad de opciones y servicios para satisfacer las necesidades de las familias a las que atienden.

3. ¿Qué buscan los clientes al momento de comprar un espacio en el camposanto?.

Valorarán la belleza y la serenidad del entorno. También pueden buscar una ubicación conveniente cerca de sus hogares o lugares significativos para la familia.

Tamaño y capacidad: Algunos clientes pueden necesitar espacios más grandes para mausoleos familiares, mientras que otros pueden buscar opciones más pequeñas para tumbas individuales.

Precio: El costo es un factor importante para muchos clientes siempre buscan opciones que se ajusten a su presupuesto y que ofrezcan un equilibrio entre precio y calidad.

4. En su experiencia, ¿con qué frecuencia preguntan los clientes sobre recibir otros beneficios adicionales al espacio en el camposanto?

Los clientes suelen preguntar con frecuencia sobre otros beneficios adicionales al espacio en el camposanto. Pueden estar interesados en servicios complementarios como el mantenimiento de las tumbas, la posibilidad de personalizar las lápidas, la disponibilidad de capillas para servicios religiosos, entre otros.

5. ¿Considera que los familiares o clientes estén interesados en recibir beneficios adicionales por un precio justo?

Sí, considero que los familiares o clientes están interesados en recibir beneficios adicionales por un precio justo. A medida que los servicios

funerarios evolucionan, los clientes buscan opciones más personalizadas y completas para honrar y recordar a sus seres queridos. Esto puede incluir servicios de conmemoración, asistencia en la planificación del funeral, programas de apoyo para el duelo y servicios adicionales para una experiencia significativa.

6. ¿Cuál es su motivación para trabajar en el camposanto?

Mi motivación para trabajar en el camposanto radica en poder brindar consuelo y apoyo a las familias en momentos difíciles. Entiendo que la pérdida de un ser querido es un momento doloroso y delicado, y me esfuerzo por ofrecer un servicio compasivo y respetuoso. Además, el trabajo en el sector funerario me brinda la oportunidad de ayudar a las personas a planificar con anticipación y garantizar que se cumplan sus deseos finales.

7. ¿Qué opina sobre las tumbas abandonadas en el camposanto?

Considero que es una situación lamentable y que debe abordarse adecuadamente. Las tumbas abandonadas pueden generar una sensación de inseguridad en el camposanto y afectar la experiencia de las familias que visitan a sus seres queridos. Es importante implementar medidas para identificar y abordar las tumbas abandonadas, nosotros realizamos algunas acciones para evitarlo como la notificación a los propietarios o la posibilidad de reutilizar los espacios de manera adecuada y respetuosa.

8. ¿Los clientes suelen hacer peticiones especiales para el día del entierro o para días póstumos al entierro? Tal como llevar un sacerdote o llevar grupo musicales o alguna otra petición?

Sí, los clientes suelen hacer peticiones especiales para el día del entierro y días posteriores. Estas peticiones pueden variar mucho según las preferencias culturales, religiosas y personales de las familias. Algunas de las solicitudes comunes incluyen la presencia de un sacerdote o líder religioso para realizar una ceremonia, la contratación de grupos musicales o coros, la colocación de flores o elementos decorativos específicos, y la organización de momentos especiales de conmemoración.

9. ¿El camposanto tiene alguna restricción o prohibición a nivel comercial que ud. considera importante mejorar para poder tener mayor cantidad de clientes?

Creo que la flexibilidad en las opciones de financiamiento o pago. Algunas familias pueden enfrentar dificultades financieras al momento de adquirir un espacio en el camposanto y podrían dañar planes de pago más flexibles o programas de financiamiento. Al ofrecer alternativas de pago adaptadas a las necesidades de los clientes, podremos facilitar el acceso a nuestros servicios y atraer a una mayor cantidad de clientes.

10. ¿Tienen picos o meses de temporadas en la venta de espacios en camposantos?

Por lo general, los meses de mayor demanda suelen ser los relacionados con celebraciones religiosas o fechas conmemorativas, como el Día de los Difuntos, Navidad y Semana Santa. Durante estos períodos, las ventas de espacios pueden aumentar estos con dificultad debido al incremento en las visitas y los servicios funerarios. Es importante que el camposanto se prepare adecuadamente para satisfacer esta demanda estacional y garantizar un

servicio de calidad, Pero estos últimos tiempos hay un aumento fuerte debido a la violencia que está viviendo la ciudad.

11. ¿Manejan promociones para comprar espacios o solo venden espacios unitarios?

Tenemos promociones que pueden incluir descuentos por pronto pago, paquetes de servicios que combinan varios elementos funerarios, programas de lealtad o beneficios adicionales para aquellos que adquieran espacios familiares. Nuestro objetivo es brindar opciones flexibles y atractivas para que las familias encuentren la solución que mejor se adapte a sus necesidades y presupuesto.

Entrevistas a Profundidad 2:

Entrevista a Eduardo Velarde, Psicólogo Clínico del Instituto de Neurociencias.

¿Cuál es tu enfoque principal al brindar apoyo a las personas que están pasando por la pérdida de un ser querido?

Mi enfoque principal es brindar un espacio seguro y de apoyo para que las personas puedan expresar su dolor y procesar su pérdida. Utilizó técnicas de escucha activa y empatía para comprender sus experiencias y necesidades emocionales.

¿Cómo define el proceso de duelo y qué etapas o fases considera que las personas suelen experimentar?

El proceso de duelo es una respuesta natural y personal ante la pérdida de un ser querido. Aunque las etapas del duelo pueden variar entre individuos, algunas fases comunes incluyen la negación, la ira, la tristeza, la negociación y la aceptación. Sin

embargo, es importante destacar que el duelo no sigue una progresión lineal y que las personas pueden experimentar estas etapas de manera diferente.

¿Cuál es su papel como psicólogo en el proceso de acompañamiento durante el duelo?

Mi papel como psicólogo es proporcionar apoyo emocional y psicológico a las personas que están atravesando el duelo. Esto implica brindar un espacio seguro para la expresión de emociones, ayudar en la comprensión y procesamiento de la pérdida, y proporcionar herramientas y estrategias para lidiar con el dolor emocional.

¿Qué estrategias o técnicas utiliza para ayudar a las personas a enfrentar y procesar su dolor emocional?

Utilizó técnicas como la terapia de duelo, la terapia cognitivo-conductual y la terapia centrada en la emoción para ayudar a las personas a enfrentar y procesar su dolor emocional. Estas técnicas pueden incluir la exploración de pensamientos y creencias negativas, el fomento de la autorreflexión y la expresión emocional, y el desarrollo de habilidades de afrontamiento saludable.

¿Cómo abordar la gestión de las emociones intensas y las reacciones individuales al duelo?

Abordó la gestión de las emociones intensas y las reacciones individuales al duelo mediante la validación de las emociones de la persona y la enseñanza de técnicas de regulación emocional. Esto puede incluir ejercicios de respiración, técnicas de relajación, mindfulness y el fomento de la expresión emocional de manera saludable.

¿Qué recomendaciones o consejos suelen dar a las personas en duelo para cuidar su bienestar emocional durante el proceso?

Algunas recomendaciones que suelo dar a las personas en duelo para cuidar su bienestar emocional incluye permitirse tiempo para el autocuidado, apoyo en familiares y amigos, buscar ayuda profesional si es necesario, mantener una rutina diaria estructurada y practicar técnicas de relajación y autocuidado.

¿Cómo ayuda a las personas a encontrar significado o sentido en medio de su pérdida?

Ayudo a las personas a encontrar significado o sentido en medio de su pérdida fomentando la reflexión y el autocuestionamiento. A través de la terapia, exploramos los valores, creencias y metas personales, y trabajamos juntos para encontrar formas de encontrar significado y propósito en la vida a pesar de la pérdida.

¿Cuál es su enfoque para trabajar con la culpa o los arrepentimientos que las personas pueden experimentar después de la pérdida?

Mi enfoque es brindar un espacio libre de juicio y facilitar un proceso de exploración y aceptación de la culpa y los arrepentimientos. Trabajamos en identificar las creencias irracionales o distorsionadas asociadas a la culpa, y buscamos formas de encontrar el perdón y la reconciliación con uno mismo.

¿Qué recursos o técnicas utiliza para fomentar la resiliencia y la adaptación saludable después de la pérdida?

Para fomentar la resiliencia y la adaptación saludable después de la pérdida, utilizó técnicas como la construcción cognitiva, la promoción de la autocompasión, el

fortalecimiento de las redes de apoyo social y el desarrollo de habilidades de afrontamiento efectivos. Además, fomento la búsqueda de actividades y pasatiempos que brinden alegría y sentido a la vida de la persona.

¿Qué considera que le falta a los camposantos para poder manejar la crisis del duelo en los familiares?

Considero que los camposantos podrían aprovechar al ofrecer programas o servicios de apoyo al duelo, grupos como de apoyo, asesoramiento psicológico o actividades conmemorativas. Estas iniciativas pueden ayudar a los familiares a recibir el apoyo emocional necesario durante el proceso de duelo.

¿Tiene alguna recomendación sobre el manejo emocional que actualmente no se brindan en los camposantos por la falta de empatía con los familiares de los fallecidos cuando tienen que comprar un espacio y no se fijan en el dolor del momento?

Mi recomendación sería que los camposantos prioricen la sensibilidad y empatía hacia los familiares de los fallecidos durante el proceso de compra de un espacio. Es importante brindar un entorno compasivo y comprensivo, donde se escuchen y atiendan las necesidades emocionales de las personas en duelo. También se pueden implementar medidas para facilitar el proceso de compra y reducir la carga emocional asociada, como ofrecer información clara y transparente, acompañar emocionalmente durante la toma de decisiones y opciones flexibles de pago. Implementar un espacio de apoyo psicológico y de intervención en crisis que cuente con profesionales en salud mental para brindar apoyo a los familiares y amigos, más allá del ámbito religioso.

Capacitar al personal para que el servicio al cliente sea más humanizado.

GRUPOS FOCALES

Entrevistados:

NOMBRE:	Maria Eugenia Murrieta
EDAD:	47
PROFESIÓN:	Ingeniera en Turismo
CIUDAD:	Guayaquil

NOMBRE:	Xavier Narváez
EDAD:	40
PROFESIÓN:	Estudiante de Administración de Empresas
CIUDAD:	Guayaquil

NOMBRE:	Susy Señalin
EDAD:	44
PROFESIÓN:	Ingeniera Comercial
CIUDAD:	Guayaquil

NOMBRE:	Nadia Layana
EDAD:	39
PROFESIÓN:	Licenciada en Comunicación
CIUDAD:	Guayaquil

NOMBRE:	Katherine Tello
EDAD:	40
PROFESIÓN:	Ingeniera Comercial
CIUDAD:	Guayaquil

NOMBRE:	Ketty Vélez
EDAD:	62
PROFESIÓN:	Contadora
CIUDAD:	Guayaquil

1. Disponibilidad de tiempo para visitar al familiar fallecido

1. Mis visitas han disminuido completamente.
2. No, porque mis actividades laborales y personales no me lo permiten.
3. No porque estoy en una ciudad diferente a la que están mis familiares fallecidos.
4. Va cambiando con el transcurso del tiempo.
5. Han disminuído totalmente por falta de tiempo.
6. Con el tiempo ya no voy seguido, solo en las fechas especiales, va disminuyendo con el transcurso del tiempo, sobre todo con mis padres que fallecieron en otra provincia.

2. Frecuencia de visitas

1.	Una vez al año.
2.	Dos veces al año.
3.	Cada mes
4.	Una vez al mes
5.	Cada dos meses
6.	Una vez al año o en algunas fechas especiales.

3. Experiencia personal en los servicios recibidos en el camposanto

1.	PARQUE DE LA PAZ: No hay personal que te guíe o dirija hacia la tumba de mi familia. Si me siento seguro del servicio que ofrecen. El lugar físicamente es muy cómodo. El servicio fue contratado presencialmente.
2.	CEMENTERIO GENERAL: Tuve que caminar bastante para llegar al lugar, lo que se complica para las personas de edad avanzada. Si me siento seguro con el servicio que ofrecen. El servicio fue contratado presencialmente.
3.	PARQUE DE LA PAZ: Si me siento segura con el servicio, me gusta que son ordenadas, los que atienden son amables, hay seguridad y el lugar es impecable. Lo contraté por visita del Personal del Cementerio.
4.	JARDINES DE LA ESPERANZA: El día del sepelio sus familiares no sabían cómo proceder con los trámites y el camposanto le mencionó que los servicios

exequiales ya estaban pagados y se encargaron de todo el proceso de velación. Si me siento segura porque el contrato fue pagado completamente por mi papá antes de fallecer y lo realizan de forma recurrente. El servicio se contrató directamente en el camposanto.

5. CEMENTERIO GENERAL: Todos los trámites para la velación y el entierro se resolvieron rápido por whatsapp, las inquietudes sobre la tumba fueron despejadas y no tuve que acercarme a una oficina para recibir toda la información, porque fue un imprevisto y nos ayudaron de manera ágil. Sí me sentí segura y realicé el pago por transferencia bancaria.

6. JARDINES DE LA ESPERANZA: En el proceso de exhumación, fue muy demorado y frío actitudinalmente por parte del personal del camposanto hacia los familiares, lo realizan sin sentir empatía por el momento doloroso que representa, a pesar de eso es un proceso seguro porque se realiza dentro del camposanto y se lo contrata directamente en el cementerio.

4. Mala experiencia en el camposanto

1. No hay personal suficiente en el camposanto para que te ayuden con información, especialmente los fines de semana.

2. Demora en el servicio de sepultura.

3. Ninguna, hasta ahora estoy muy contenta con el lugar y el servicio.

4. Cambiaron el estilo de la decoración de la tumba, tenían en el borde arreglo de flores y luego dejaron de hacerlo sin comunicarlo (remodelación todo plano de

césped).

5. Hay una sección donde están las monjas enterradas y no le dan mantenimiento y cuando se pasa por ese corredor no es agradable.

6. Que la misa se realiza encima de todas las tumbas que están juntas y las sillas se colocan alrededor, por lo que las personas pisan todas las tumbas, es una falta de respeto.

5. Aspectos valorados en los servicios que ofrecen los camposantos

1. Valoro la seguridad, la guardianía y mejoraría el tema del suficiente personal en las áreas de información.

2. Sencillez y la experiencia que ofrecen y mejoraría el servicio de atención.

3. Valoro la seguridad y la limpieza del lugar. Como mejora pediría ampliar el lugar de estacionamiento ya que es reducido.

4. La calidad del servicio, hasta ahora la experiencia ha sido positiva, no tengo mejoras que proponer.

5. Mejoraría la empatía del personal (sepultureros) que no tienen expresión de sentimientos, son insensibles al dolor y se siente como que no hay respeto para los familiares, lanzan las flores despectivamente.

6. La exclusividad del servicio, sentir que están mejor organizados y que los servicios sean sólo para el familiar fallecido.

6. Expectativas de los servicios que desea recibir en el camposanto

1. Que brinden un mejor mantenimiento, pongan detalle floral. Estaría dispuesta a pagar \$15. Cada tres meses.
2. Servicio de mantenimiento de lápidas y florería. Pagaría hasta unos \$20 mensuales.
3. Que me den el servicio de arreglo floral. Pagaría por el servicio unos \$30 mensuales.
4. El cambio de lápidas. Pagaría hasta \$200 por la reposición de algún daño o deterioro con una buena calidad y que me den garantía.
5. Que brinden una buena limpieza de tumbas y que se preocupan por mantenerlo ordenado, podría pagar hasta \$150 mensuales por el servicio.
6. Recibir un buen mantenimiento periódico, que cortan la maleza y no se lleven las flores, porque las retiran y las dejan vacías. Estaría dispuesta a pagar hasta \$30 mensuales.

7. Adecuación del lugar de descanso de su familiar fallecido

Que esté limpio, el césped bien cortado y buen mantenimiento del lugar en general.
1. Limpio, ordenado e iluminado.
2. Limpio, césped sin plagas y con flores.
3. Borde con flores alrededor de la tumba, lugar donde sentarse porque el césped a veces está mojado, eliminación de hormigas.

- | |
|---|
| 4. Sobrio y limpio, sin decoraciones |
| 5. Que tengan control de los insectos que aparecen alrededor de las tumbas o en el césped, siembren árboles como paisajismo y sombra al mismo tiempo. |

8. Solución al arreglo de la tumba/nicho

- | |
|---|
| 1. El camposanto me brinda el servicio. |
| 2. Proveedor en la calle, no estoy completamente seguro y tampoco me brinda una garantía, pero es lo único que tengo disponible. |
| 3. El mismo camposanto realiza el servicio. |
| 4. Señores que se encuentran en la calle para pintar la lápida o anteriormente una hermana lo hacía antes de salir de viaje. No hay seguridad, pero ellos se quedan ahí hasta que termine el arreglo. |
| 5. Señor que se encuentra en la calle y que arreglan los bordes de las lápidas, esperan hasta que esa persona termine el trabajo para asegurarse del buen trabajo y corregir cualquier novedad. |
| 6. Contratan a personas que se encuentran afuera del camposanto y en ese momento revisan las observaciones que tengan del arreglo. |

9. Comentarios sobre los camposantos

- | |
|---|
| 1. Que el camposanto transmita la misa antes del entierro por video para que las personas que no pueden asistir estén de alguna forma conectados. |
|---|

- | |
|---|
| 2. Que exista un servicio de transporte coordinado para poder visitar a mi familiar. |
| 3. Stand de consulta por apellidos para que te auto atiendas y puedas ubicar la tumba de tu familiar. |
| 4. Que existan más lugares dentro del camposanto familiares, espacios como mausoleos donde se puedan enterrar a toda la familia junta. |
| 5. Capacitación de Sensibilización al personal de los camposantos para que sean más empáticos al momento del entierro frente al dolor de los familiares. |
| 6. El servicio de las carrozas fúnebres sea más accesible y que se asesore legalmente a las personas sobre lo trámites que deben realizarse, porque cuando fallecen los familiares de manera inesperada y no tienen un lugar de descanso comprado, en ese momento con el dolor de la pérdida es difícil saber cómo realizar el proceso. |

Grupo Focal con Personas Migrantes

1. Disponibilidad de tiempo para visitar al familiar fallecido

Todos los participantes afirman que no tienen disponibilidad de tiempo porque viven fuera del país.

2. Frecuencia de visitas

Solo cuando realizan visitas al país y cuentan con disponibilidad de tiempo, máximo 2 veces durante la visita.

3. Experiencia personal en los servicios recibidos en el camposanto

CEMENTERIO GENERAL: No me siento seguro, y no hay servicios.

JARDINES DE LA ESPERANZA: No hay servicio de mantenimiento ni de entrega de flores directamente de la empresa.

4. Mala experiencia en el camposanto

Ningún cementerio está pendiente del robo de flores, los mismos vendedores se roban y las re venden.

5. Aspectos valorados en los servicios que ofrecen los camposanto

Todos los participantes coinciden que no hay servicios adecuados.

6. Expectativas de los servicios que desea recibir en el camposanto

Supervisión del servicio, reportes por fotos, videollamadas,

Visitas en tiempo real a demanda, cuando sienta la necesidad de acercarme.
Arreglos de flores artificiales.
Coordinación de eventos que puedan realizarse con pago compartido en grupos familiares
Pagos compartidos para los contratos.
Realizar pagos directos brinda más confianza del uso del dinero
Recibir la garantía del trabajo realizado
Todo depende de las facilidades que brindan, desde la contratación, la ejecución del servicio y el seguimiento.

7. Adecuación del lugar de descanso de su familiar fallecido

Que se vea bonito y esté limpio.
Mantenimiento según el tipo de tumba

8. Solución al arreglo de la tumba/nicho

Busco a una persona que vaya y solucione.
Depende de quién arregla para sentirme seguro
Si es un familiar cercano tengo confianza, pero no con todos los familiares hay confianza.
Buscar por internet algún recomendado para que vaya

9. Comentarios sobre los camposantos

No realizaron comentarios al respecto