



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO:

**“ETERNAL – Plataforma de servicios post
fallecimiento”**

GERENCIA DE PLAN DE MARKETING

Elaborado por:

LINDA VERÓNICA AVILÉS PÁRRAGA

Tutoría por: NÉSTOR LEONARDO VÁSQUEZ LÓPEZ

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Agosto, 2023

2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Avilés Párraga Linda Verónica** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio ETERNAL: Gerencia de Plan de Marketing**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**ETERNAL– Plataforma de servicios post fallecimiento**”.
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, Marcela Verónica Franco Barriga, Andrea Elizabeth Cada Moreira y Hernán Omar Baquero Arévalo.

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.



Avilés Párraga Linda Verónica

0920434875

Declaro que

Yo, Avilés Párraga Linda Verónica en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **“Modelo de Negocio ETERNAL– Plataforma de servicios post fallecimiento: Gerencia de Plan de Marketing”** 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.



Avilés Párraga Linda Verónica

0920434875

3. 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 empresa 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 empresa 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.

4. PALABRAS CLAVE

Servicios integrales, Confianza, Acompañamiento, Post Fallecimiento, Empatía.

5. 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.

6. ÍNDICE DE CONTENIDO

1. CARÁTULA.....	1
2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN.....	2
3. RESUMEN EJECUTIVO	4
4. PALABRAS CLAVE.....	5
5. CONSIDERACIONES ÉTICAS	6
6. ÍNDICE DE CONTENIDO.....	7
7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	9
8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO	11
8.1 Objetivo General	11
8.2 Objetivos Específicos	11
9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO.....	12
10. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	15
10.1.1. GERENCIA DE PLAN DE MARKETING.....	15
10.1.1.1.1. La posición estratégica	15
10.1.1.1.1.1. Estrategia Competitiva.....	16
10.1.1.1.1.2. Diferenciales.....	17
10.1.1.1.1.3. Posicionamiento	18
10.1.1.1.2. Servicio	18
10.1.1.1.3. Precio	21
10.1.1.1.4. Distribución.....	26
10.1.1.1.5. Promoción y Comunicación	28
10.1.1.1.5.1. Nombre de la empresa.....	31
10.1.1.1.5.2. Slogan y logotipo	31
10.1.1.1.5.3. Plan de Medios y presupuesto	32
2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
4. ANEXOS.....	43

ÍNDICE DE IMÁGINES

Figura 1. Detalle de paquetes de Servicios.....	22
Figura 2. Precios por paquetes de Servicios	22
Figura 3. Precios de Florería y Jardinería.....	23
Figura 4. Precios de Visita Virtual	23
Figura 5. Precios de Conmemoración y fechas especiales.....	24
Figura 6. Precios de Mantenimiento de Lápidas.....	24
Figura 7. Precio de Borrado Digital	25
Figura 8. Precio de Asesoría Jurídica	25
Figura 9. Página web de Eternal	28
Figura 10. Logotipo de Eternal.....	32
Figura 11. Infografía Eternal.....	43
Figura 12. Mercado Objetivo, Segmento Objetivo, Indicadores de Preferencias de Servicios	44
Figura 13. Página Web Eternal – Inicio.....	45
Figura 14. Página Web Eternal – Conócenos.....	45
Figura 15. Página Web Eternal – Login	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Detalle de precios por Servicios.....	21
Tabla 2: Presupuesto de gastos de Ventas	33
Tabla 3: Presupuesto de Medios.....	33
Tabla 4: Cronograma de Medios.....	33
Tabla 5: Proyección anual de la Demanda y Costos Totales	43
Tabla 6: Viabilidad Financiera.....	44

7. 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.

8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

8.1 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 con el cuidado, mantenimiento, visitas virtuales y homenaje a sus seres queridos fallecidos en la ciudad de Guayaquil.

8.2 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.

9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO

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.

10. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

10.1.1. GERENCIA DE PLAN DE MARKETING

10.1.1.1.1. La posición estratégica

En los resultados de la investigación se pudo concluir que no existe en el mercado ecuatoriano una empresa que ofrezca los servicios de manera integral que brinda ETERNAL– Plataforma de servicios post fallecimiento y que además garantice la seguridad, calidad y confianza del trabajo realizado, ayudando a las personas a cubrir esa necesidad emocional de estar cerca de sus seres queridos fallecidos a pesar de la distancia o falta de tiempo por las actividades diarias. El cliente es el centro del negocio por lo que es prioritario que se proporcione empatía y confianza a su necesidad, por ende, todos los servicios de la empresa están enfocados en ofrecer soluciones reales a sus problemas reales. El negocio brinda oportunidad de crecimiento a largo plazo, por lo que nos da ventaja de innovar constantemente para realizar estrategias diferenciadas a los clientes dependiendo de sus nuevas necesidades otorgando valor para ellos. Al contar con proveedores calificados contribuye a la generación de empleo en el país, lo cual también es importante porque se producen ingresos económicos para ellos y nosotros. Se registra la marca ETERNAL con su logotipo y slogan para que tenga una mayor presencia en el mercado y causar en el mediano plazo conciencia de marca en las personas. Se optimizaron los precios en base al segmento objetivo al cual queremos llegar y dentro de los rangos establecidos en el mercado, el enfoque es ofrecer servicios de calidad garantizada para brindar la mejor experiencia a los clientes.

Conseguir una posición estratégica supone para Michael E. Porter encontrar ese lugar propio, único y valioso que permitirá a la empresa ser atractiva para sus clientes. Este concepto de posicionamiento estratégico concuerda con el postulado desde una visión más de Marketing, por parte de Jack Trout y Al Ries, la diferencia es que mientras que Jack Trout y Al Ries, desarrollaron su idea en torno a la mente del cliente, Michael E. Porter se mantiene en una visión más organizativa, de la empresa hacia dentro. Una contribución muy importante de Michael E. Porter es que para que una posición estratégica pueda ser mantenible es fundamental que la empresa desarrolle actividades propias, que resulten sumamente coherentes entre sí, construyendo de esta manera una ventaja competitiva que sea sostenible, lo que significa que todas las actividades de la empresa se alinean con el posicionamiento que se busca, y que además cambien, pero deben ser completamente diferentes a las que desarrollan el resto de los competidores.

10.1.1.1.1. Estrategia Competitiva

El proyecto estará enfocado hacia un mercado objetivo de personas que tienen un familiar fallecido en la ciudad de Guayaquil en primera instancia y que por temas de disponibilidad de tiempo o distancia física no pueden visitarlo con la frecuencia deseada en el camposanto donde se encuentra su lugar de descanso.

Se utilizará la estrategia de diferenciación ofertando servicios integrales post fallecimiento que además serán calificados por el cliente asegurando su calidad, puntualidad y compromiso lo cual generará confianza en los servicios ofrecidos. ETERNAL– Plataforma de servicios post fallecimiento, está enfocada en penetrar en el mercado para conquistar el mercado de servicios post fallecimiento que actualmente no existen en el mercado ecuatoriano. El ofrecer servicios integrales a través de la página web nos permite que sea el cliente quien escoja el o los servicios que más se adapten a sus necesidades, de manera empaquetada o personalizada (libre elección),

la diversificación de dos o más servicios permite el crecimiento del mercado potencial con el objetivo de expansión, puesto que no se limita al cliente a escoger un servicio prefijado, sino que tiene libertad de escoger el servicio que requiera o diseñarlo para cubrir su necesidad. Uno de los cambios más importantes que se han originado en los últimos años debido al fenómeno de globalización ha sido una mayor competencia en los mercados e industrias a todos sus niveles, generando una mayor competencia entre las empresas, tal como lo mencionan, (Aggarwal & Samwick, 2003; Bowen, Baker & Powell, 2015; Miller, 2006). Como consecuencia las empresas han tomado acciones reaccionando al ambiente competitivo, expandiendo sus mercados a través de la diversificación.

10.1.1.1.1.2. Diferenciales

Las características de diferenciación del modelo de negocio serán la calidad, empatía y la confianza en brindar los servicios integrales ofrecidos a través de la página web, garantizando el trabajo realizado a través de las evidencias fotográficas y que serán parte del servicio, el cliente recibirá las notificaciones al correo electrónico registrado y adicionalmente las mismas estarán disponibles para cuando los clientes deseen revisarlas en la página web y podrán calificar el servicio. Además, dentro de nuestros servicios contaremos con el Apoyo Psicológico para que nuestros clientes puedan sobrellevar el dolor de la pérdida acompañados de un profesional y donde a través de un blog en la página web pueda interactuar con la comunidad que se registre y pueda recibir o compartir experiencias con otras personas que pasan o han pasado por esa dolorosa etapa de la resignación. Para Kumar et al. (2002) y Pelham (1999) es razonable que una empresa que utilice una estrategia de diferenciación esté muy atenta al mercado en el que se desenvuelve y a las necesidades específicas del grupo del segmento objetivo. La estrategia de diferenciación requiere que una empresa escoja atributos en los que se diferencie a sí misma, y que sean diferentes a los de sus competidores.

10.1.1.1.3. Posicionamiento

ETERNAL es una empresa que busca acompañar a las personas en los momentos más difíciles en los que se pierde un ser querido, brindando empatía, confianza y seguridad en los servicios integrales que ofrecerá para poder cuidar el lugar de descanso de su familiar o brindarle un homenaje para honrar su memoria cuidando de todos los detalles. Esto nos permite distinguarnos y quedarnos en el mapa mental de las personas que perciben nuestra empatía como algo único y personalizado en el mercado ecuatoriano a través de los diferentes servicios que ofrecemos para cubrir sus necesidades emocionales. Queremos estar presente en el segmento objetivo a través de la calidad, experiencia en el servicio, exclusividad, imagen que brinda ETERNAL. Como Harvard Business Review afirma: “Construye lealtad a la marca con base en los valores que compartes con tus consumidores. No es la cantidad de interacciones que un comprador tiene con tu marca, sino la calidad y la capacidad de relacionarse de la interacción”.

10.1.1.1.2. Servicio

Los servicios que ETERNAL– Plataforma de servicios post fallecimiento ofrece se solicitarán a través de una página web, por lo que la estrategia de servicio se basará en formular una propuesta atractiva para el cliente la cual se brindará a través de las alianzas internas con las empresas o personas que suministran los servicios relacionados (proveedores) los cuales serán previamente calificados dado a que tendrán que registrarse en la página web a través de un formulario. El beneficio principal es brindar la tranquilidad al cliente de que la empresa ofrecerá un servicio de calidad preocupándose de todos los detalles para poder cuidar el lugar de descanso de ese ser querido.

El objetivo de ETERNAL– Plataforma de servicios post fallecimiento es acompañar al cliente y a su familia durante la dificultad que conlleva el no poder visitar el camposanto con la frecuencia que requiere para brindarle un homenaje o cuidar el espacio de su ser querido fallecido y para esto se pondrá a disposición todo el apoyo humano y los servicios necesarios para poder satisfacer los requerimientos, cubriendo la necesidad de nuestro cliente con la transparencia y el respeto que merece el encargarse del lugar de descanso de su familiar fallecido.

Los servicios integrales son exclusivos y personalizados de acuerdo con la necesidad del cliente, en base a la investigación de mercado realizada (**Mercado Objetivo, Segmento Objetivo, Indicadores de Preferencias de Servicios - Anexo: Figura.13**), se incluyen principalmente:

- Flores y Jardinería: Se ofrecen una gran variedad de flores naturales o artificiales con servicio de entrega para adornar los nichos o lápidas de su ser amado fallecido.
- Visita Virtual: La distancia ya no será un impedimento para visitar el camposanto, con la tecnología como aliada a través de internet, se podrá conectar al cliente mediante los servicios: Visita Virtual 3D y Visita Virtual al camposanto que requiera.
- Conmemoración y fechas especiales: Las fechas especiales como día del padre, de la madre, aniversario, día de los difuntos o cuando el cliente lo requiera, podrá seguir recordando a su ser querido sin preocuparse de los detalles a través de los siguientes servicios, adaptándonos a la religión del cliente: Coordinación de rezo conmemorativo, Novenas, Misa de aniversario de fallecimiento, Oración por las almas, Rezo del Santo Rosario, Oración por los fieles difuntos, Cantantes, músicos y coristas.

- Limpieza y mantenimiento: Los servicios incluyen mantenimientos de lápidas, nichos y monumentos funerarios en general, limpieza de elementos de arte funerario, limpieza de malas hierbas en medianeras, retiro de flores secas o en mal estado para sustitución de unas nuevas, recomposición estética de inscripciones o esculturas en mal estado, trabajos de pintura, limpieza, albañilería.
- Borrado Historial Digital: Se brinda Asesoría para la eliminación del rastro en internet para que los datos personales del ser querido fallecido desaparezcan de los medios digitales como redes sociales y demás.
- Asesorías Jurídicas: Se cuenta con asesores que podrán brindar soporte en cuanto a procesos legales o jurídicos como herencias, trámites con el IESS, cierre de cuentas bancarias, gestiones como seguros de vida, arrendamientos, cambio de titularidad, reclamaciones a terceros.
- Apoyo psicológico: Se cuenta con psicólogos especializados en el proceso de pérdida de un ser querido, de tal forma que las personas puedan sobrellevar el duelo de una manera óptima y con la ayuda de un profesional en esos momentos dolorosos y vulnerables.

Además, pensando en la comodidad de los clientes dentro y fuera del país se consideró brindar en la plataforma la facilidad de realizar los pagos de los servicios contratados a través de diferentes sistemas digitales de cobro, como: tarjetas de crédito, tarjetas de débito, transferencias y PayPal.

10.1.1.1.3. Precio

Se fijó el precio promedio de \$50 basado en el desglose de todo el portafolio de servicios que se brindan de manera individual y por paquetes, por lo que a través de la estrategia SKIM (estrategia de precios descremados o price skimming), se estableció un precio alto y por encima del mercado o competencia indirecta lo cual permite llegar desde un principio a nuestro segmento de mercado, ayudando simultáneamente a poder posicionar el producto. Además, se consideró que los competidores indirectos tienen un precio bastante homogéneo, pero no poseen paquetes de servicios.

Tabla 1: Detalle de precios por Servicios

SERVICIOS	PRECIO	COSTOS	CANTIDAD PROYECTADA MENSUAL	CANTIDAD PROYECTADA ANUAL	TOTAL VENTAS POR SERVICIOS (\$)	TOTAL COSTOS POR SERVICIOS	
Florería y Jardinería							
Arreglos sencillos 1		\$6	\$3	50	600	\$300	\$150
Arreglos sencillos 2		\$10	\$5	40	480	\$400	\$200
Arreglos sencillos 3		\$35	\$18	30	360	\$1.050	\$525
Conmemoración en fechas especiales							
Opción 1		\$60	\$30	50	600	\$3.000	\$1.500
Opción 2		\$70	\$35	30	360	\$2.100	\$1.050
Opción 3		\$80	\$40	50	600	\$4.000	\$2.000
Visitas Online							
Opción 1		\$20	\$10	50	600	\$1.000	\$500
Mantenimiento y Limpieza de tumbas							
Opción 1		\$20	\$10	50	600	\$1.000	\$500
Opción 2		\$30	\$15	40	480	\$1.200	\$600
Opción 3		\$45	\$23	40	480	\$1.800	\$900
Borrado del Historial Digital							
Opción 1		\$40	\$20	10	120	\$400	\$200
Asesoría Jurídica							
Opción 1		\$50	\$25	30	360	\$1.500	\$750
Paquete Básico							
Suscripción Trimestral		\$45	\$23	30	360	\$1.350	\$675
Paquete Estandar							
Suscripción Semestral		\$90	\$45	30	360	\$2.700	\$1.350
Paquete Premium							
Suscripción Anual		\$180	\$90	30	360	\$5.400	\$2.700
Paquete Personalizado							
Suscripción Mensual		\$20	\$10	50	600	\$1.000	\$500
Promedios		\$50	\$25	610	7320	\$ 366.458	\$ 183.229

Fuente: Elaboración Propia

Los servicios integrales ofrecidos en paquetes de acuerdo con la necesidad de los clientes:

Figura 1. Detalle de paquetes de Servicios

 BÁSICO	 ESTANDAR	 PREMIUM	 PERSONALIZADO
<p>Suscripción trimestral:</p> <p>Limpieza de lápida mensual Arreglos florales mensuales</p>	<p>Suscripción semestral:</p> <p>Limpieza de lápida mensual Arreglos florales mensuales 1 Visita on line 2 Eventos de conmemoración (a elegir) en fecha especial 1 sesión de asesoría legal</p>	<p>Suscripción anual:</p> <p>Limpieza de lápida mensual Retoque de pintura de lápida Arreglos florales mensuales 2 Visitas online 3 Eventos de conmemoración (a elegir) en fecha especial 2 Sesiones de asesoría legal</p>	<p>Suscripción mensual:</p> <p>Elige los servicios que requieras de acuerdo a tú necesidad.</p>

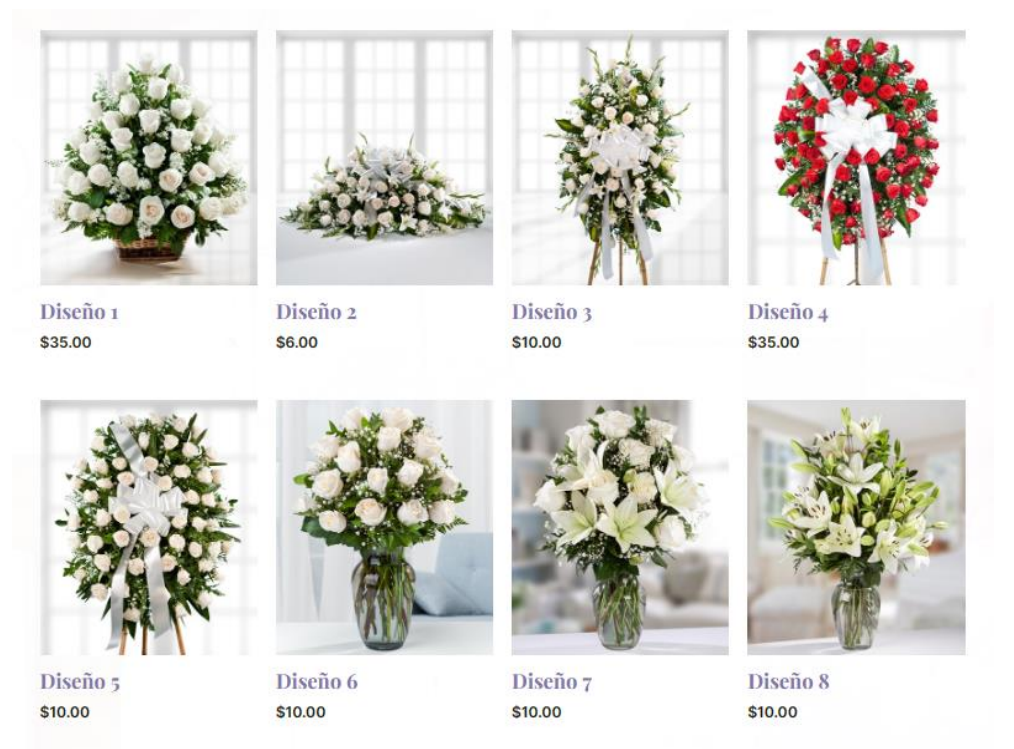
Fuente: Elaboración Propia

Figura 2. Precios por paquetes de Servicios

<p>Básico</p> <p>\$45/mes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Limpieza de lápida mensual ✓ Arreglos florales mensuales <p>ADQUIRIR</p>	<p>Estandar</p> <p>\$90/mes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Limpieza de lápida mensual ✓ Arreglos florales mensuales ✓ 1 Visita on line ✓ 2 Eventos de conmemoración (a elegir) en fecha especial ✓ 1 sesión de asesoría legal <p>ADQUIRIR</p>	<p>¡MÁS VENDIDO!</p> <p>Premium</p> <p>\$180/mes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Limpieza de lápida mensual ✓ Retoque de pintura de lápida ✓ Arreglos florales mensuales ✓ 2 Visitas online ✓ 3 Eventos de conmemoración (a elegir) en fecha especial ✓ 2 Sesiones de asesoría legal <p>ADQUIRIR</p>
--	---	---

Fuente: Elaboración Propia

Figura 3. Precios de Florería y Jardinería



Fuente: Elaboración Propia

Figura 4. Precios de Visita Virtual





Fuente: Elaboración Propia

Figura 5. Precios de Conmemoración y fechas especiales

<p>✓ Coordinación de rezo conmemorativo o novenas.</p>	<p>✓ Misa de aniversario de fallecimiento.</p>	<p>✓ Oración por las almas.</p>
<p>✓ Rezo del Santo Rosario.</p>	<p>✓ Oración por los fieles difuntos.</p>	<p>✓ Cantantes o músicos.</p>
		
<p>Cantantes o músicos \$80.00</p>	<p>Rezos \$60.00</p>	<p>Misa \$70.00</p>

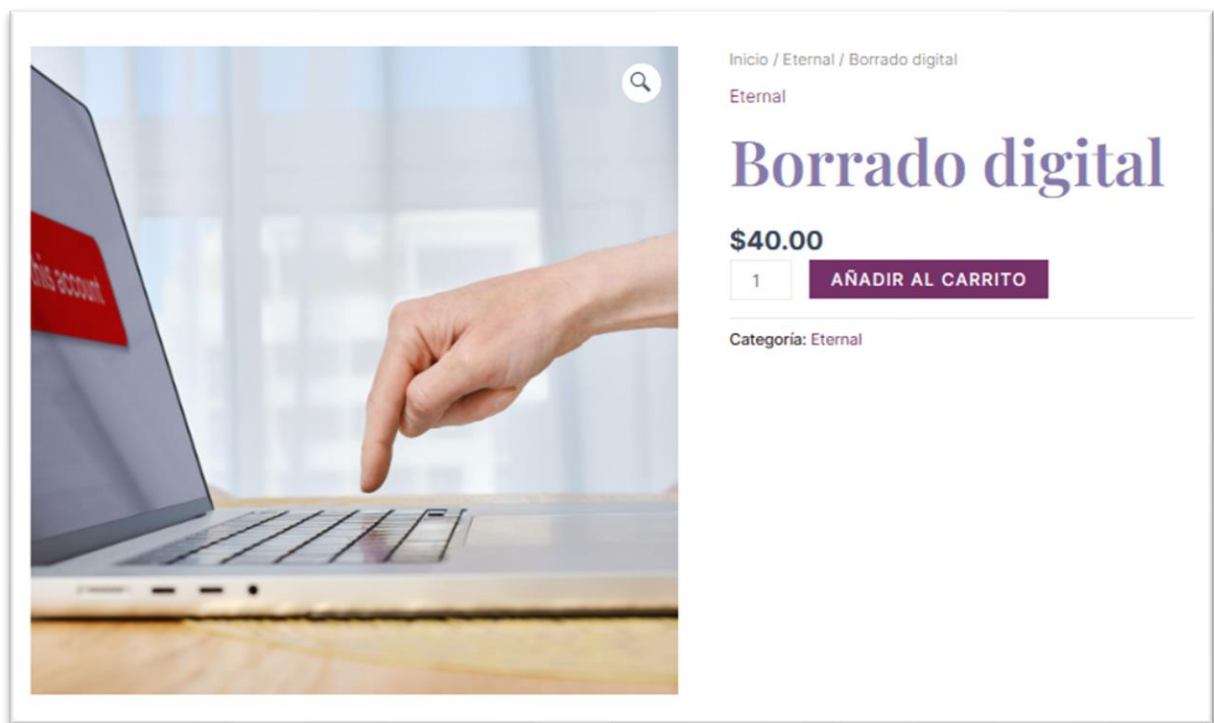
Fuente: Elaboración Propia

Figura 6. Precios de Mantenimiento de Lápidas

	
<p>Lapida 1 \$45.00</p>	<p>Eternal Limpieza de lápidas ☆☆☆☆☆ \$20.00</p>

Fuente: Elaboración Propia

Figura 7. Precio de Borrado Digital



The image shows a product listing for 'Borrado digital'. On the left is a photograph of a hand pointing at a laptop screen. On the right, the product name 'Borrado digital' is displayed in a large, dark blue font. Below the name, the price '\$40.00' is shown in a bold, dark font. A small input field contains the number '1', and a purple button labeled 'AÑADIR AL CARRITO' is positioned to its right. Above the product name, the breadcrumb trail reads 'Inicio / Eternal / Borrado digital'. Below the price, the category 'Eternal' is listed. A search icon is visible in the top right corner of the image area.

Fuente: Elaboración Propia

Figura 8. Precio de Asesoría Jurídica



The image shows a product listing for 'Asesoría Jurídica'. On the left is a photograph of a person in a light-colored blazer sitting at a desk, holding a pen over a document. On the right, the product name 'Asesoría Jurídica' is displayed in a large, dark blue font. Below the name, the price '\$50.00' is shown in a bold, dark font. A small input field contains the number '1', and a purple button labeled 'AÑADIR AL CARRITO' is positioned to its right. Above the product name, the breadcrumb trail reads 'Inicio / Sin categorizar / Asesoría Jurídica'. Below the price, the category 'Sin categorizar' is listed. A search icon is visible in the top right corner of the image area.

Fuente: Elaboración Propia

10.1.1.1.4. Distribución

Se trabajará con una estrategia de distribución selectiva buscando penetrar el mercado en camposantos ubicados en la ciudad de Guayaquil (cementeros de la Junta de Beneficencia) a través de una de las salas de venta y salas de velación ubicada en estos camposantos. Es importante evaluar la estructura de los canales de distribución para poder llegar a más clientes potenciales, por lo que es necesario desarrollar el canal directo e indirecto:

- **Canal directo (página web).**

Se diseñó una página web que posee las siguientes características:

- Desarrollo multiplataforma y multidispositivo (mobile friendly o responsive). La web debe tener la optimización para dispositivos móviles para que sea capaz de poder adaptarse a cualquiera de ellos, actualmente los usuarios acceden a los sitios web desde sus PC, tablets o celulares y cada uno de ellos, muestra el sitio web de una forma diferente. Con una web responsiva se mejora la experiencia del usuario, pues se adapta a las características del dispositivo y, adicionalmente, se genera un ahorro en costos de mantenimiento y de desarrollo de actualizaciones.
- Diseño atractivo, amigable y seguro, porque es lo primero que verá el usuario al ingresar y debe ser el reflejo de la empresa, los servicios integrales que se ofrecen y la marca en general. Lo más importante es que las personas sientan la confianza que ETERNAL les brinda para que puedan explorar el sitio web, que cuenta con todo tipo de características de seguridad al navegar por los diferentes contenidos sin complicaciones; inclusive, realizar las compras sin el temor de caer en fraudes o que alguien robe la información bancaria o personal, porque cuenta con un certificado SSL (Secure Sockets Layer, por sus siglas en inglés que significa Capa de sockets seguros) que es un protocolo de

seguridad que crea un enlace cifrado entre un servidor web y un navegador web. para proteger las transacciones en línea y mantener la privacidad y seguridad de la información del cliente.

- El contenido de calidad debe ser claro y lo más destacado debe quedar a primera vista del usuario para que genere valor a los visitantes. De acuerdo con investigaciones el 50% de las personas abandonan un sitio web si el contenido no es relevante o no cubre sus necesidades, por lo que es importante ser cuidadosos y usar un lenguaje adecuado para el segmento objetivo.
- Navegación sencilla con legibilidad óptima para que los usuarios tengan un menú claro que facilite la navegación entre las diferentes páginas del sitio web permitiendo una mejor concentración de los servicios que ofrecemos y con llamado a la acción (Call to Action) que estarán claramente mostrados en los formularios, artículos del blog, botón de pagos, enlaces a redes sociales como Facebook e Instagram y también desde Whatsapp para guiar al usuario en su experiencia a través del sitio web.
- Optimización en la velocidad de carga en la página, ayudará a que el usuario tenga una buena impresión y se quede navegando en la misma.
- Las imágenes y el contenido deben reflejar y transmitir la esencia de los servicios brindados, se evita la sobrecarga para que se visualicen en el tamaño adecuado para visualmente sean atractivas. **Página Web Eternal (Anexo: Figura.15 – Figura.16 – Figura.17)**

Figura 9. Página web de Eternal



Fuente: Elaboración Propia

- **Canal indirecto (centros comerciales)**

Como medio de distribución, se trabajará en alianza con los principales centros comerciales de Guayaquil donde existe mayor afluencia de personas y poder coordinar la colocación de stands eventuales con la información más relevante de ETERNAL– Plataforma de servicios post fallecimiento, dado a que son un canal importante para la captación de clientes y la oferta de los servicios que se brinda.

10.1.1.1.5. Promoción y Comunicación

La estrategia de comunicación para posicionar a ETERNAL– Plataforma de servicios post fallecimiento incluye publicidad OTL (On the line, por sus siglas en inglés) que hace referencia a la estrategia de marketing que se desarrolla en un medio masivo como Internet que posee un crecimiento exponencial, donde se puede dirigir a un público muy amplio o de manera segmentada y la publicidad BTL (Below the line, por sus siglas en inglés) que se refiere al uso de canales directos para comunicarse con sus clientes creando un impacto específico, presencial

y memorable como stands, eventos en el punto de venta, entre otros, que resultaron de los intereses más destacados de la investigación de mercado realizado al segmento objetivo, por tales motivos se considera que ambas ayudarán al incremento de las ventas, por lo que es necesario información publicitaria física y digital, tal como lo expresan Briceño et al., (2018) “La publicidad es una técnica de promociones surtidas, cuyo objetivo es informar al público sobre la existencia de bienes o servicios a través de medios de comunicación con la finalidad de obtener una compensación prefijada” (p.105).

- **Estrategia OTL (On the line)**

Las estrategias OTL (On the line, por sus siglas en inglés) se llevan a cabo usando el internet; existen diferentes tipos según Jerabek (2018): Optimización de Motores de Búsqueda SEO (Search Engine Optimization, por sus siglas en inglés), que hace referencia a los ajustes o técnicas de optimización que se hacen al sitio web en su estructura y contenido para mejorar su ubicación de forma natural y gratuita en los resultados de buscadores de internet como Google, con el fin de que sea más ágil de usar y brinde la mejor experiencia a las personas. Marketing de contenidos: Creación y distribución de contenidos importantes y de valor para comunicar a los clientes, como: blogs, videos, infogramas, podcasts, etc. Mercadeo en Redes Sociales: Publicación de contenido en plataformas de redes sociales para comunicar a los clientes y promocionar el negocio para crear vínculos con ellos, llamar la atención y difundir masivamente una marca. Marketing por correo electrónico: Envío de correos electrónicos en los que se incluyen anuncios, promociones o recordatorios a una lista de clientes de los cuales se tiene su dirección electrónica registrada en la página web. Marketing de influenciadores: Colaboración con personas que tienen muchos seguidores en redes sociales para promocionar los servicios, de manera que los influencers los consuman o solo inviten a consumirlos. Marketing de reputación: Referencias y reseñas en internet (redes sociales o

página web) de personas que ya han contratado el servicio y postean su experiencia con la finalidad de que otras personas lo conozcan.

Dentro de las acciones a realizar tenemos:

- Online: Anuncios en redes sociales como Instagram, Facebook y en Google con aparición en banners digitales, además de la creación de una página web con todos los servicios integrales que brinda ETERNAL – Plataforma de servicios post fallecimiento.
- Se pautará por medio de video y display en diferentes buscadores y webs afines los cuales serán más fuertes los tres primeros meses, luego se mantendrá como mantenimiento. La segmentación y programática irá enfocada al poder estar presente en lugar de descanso del ser querido a pesar de la distancia. Es importante que la web también construya toda la parte SEO (Search Engine Optimization, por sus siglas en inglés), por lo que, desde el comienzo, se trabajará con análisis de palabras claves (keywords) en todo el contenido incluyendo las fotos y para atraer tráfico al sitio web constantemente se publicarán diferentes artículos.

- **Estrategia BTL (Below the line)**

Las estrategias BTL (Below the line, por sus siglas en inglés) se dirigen a un segmento de mercado físico, siendo un método que se refiere a una comunicación directa hacia los clientes, tales como: Marketing externo: Se delegan tareas a las agencias profesionales de mercadeo como la definición, aplicación y control de actividades que permitan alcanzar los objetivos pautados (Batlle, 2020). Marketing en mercadería: Rompiendo esquemas en la presentación de los productos, sean nuevos o reinventados, la idea es hacer que la audiencia se fije en el producto por el lugar estratégico en el que se presenta (Palau, 2021). Eventos: Estrategias que se pueden realizar en diferentes

lugares importantes para acaparar la atención del segmento objetivo. La variedad de eventos no tiene límites y pueden desarrollarse en centros comerciales, en avenidas principales donde concurra la gente (Blumer, 2021). Exposiciones: Está destinado a una audiencia más personal, el anuncio tiene un impacto inmediato. Street marketing (Marketing callejero): Aliado de las estrategias publicitarias de BTL (Below the line, por sus siglas en inglés), donde se sorprenden a los consumidores en la calle y los involucran en actividades que no esperaban encontrarse. (Fernández, 2017).

Dentro de las acciones a realizar tenemos:

- Activaciones: Entrega de volantes en centros comerciales de Guayaquil en lugares de afluencia de público objetivo.
- Presencia en salas de velación y ventas en los camposantos donde existen alianzas con material POP (Point of Purchase, por sus siglas en inglés que significa Punto de Compra, son materiales u objetos que tienen el logo de la empresa y que impulsan el reconocimiento de una marca para el consumidor por lo que debe tener información de todos los servicios).
- Como empresa, participaremos en ferias o eventos realizados por diferentes organizaciones, incluidas las que realiza la municipalidad en el Centro de Convenciones de Guayaquil.

10.1.1.1.5.1. Nombre de la empresa

ETERNAL

10.1.1.1.5.2. Slogan y logotipo

Slogan: *“Mantén viva la llama del recuerdo”*

Logotipo:

Figura 10. Logotipo de Eternal



Fuente: Elaboración Propia

10.1.1.1.5.3. Plan de Medios y presupuesto

En base a la proyección a 5 años de la demanda esperada para el negocio, el precio establecido, la proyección de ventas y costos totales (**Anexo- Tabla 5: Proyección anual de la Demanda y Costos Totales**) se asignó un presupuesto inicial para el lanzamiento de Marketing de \$4,000 que es necesario para presentar a ETERNAL – Plataforma de servicios post fallecimiento e introducirlo al mercado, realizando una buena campaña de comunicación para que sea atractiva al público objetivo y para la estrategia de Marketing se estableció un presupuesto anual de \$6,000 con un incremento del 3% por concepto de inflación para el cálculo de la proyección a 5 años realizada al negocio, lo que permitirá ejecutar el plan de medios elaborado para apoyar la estrategia previamente planteada para el primer año y con un presupuesto establecido para cada actividad del Plan de Medios. Los resultados se deben revisar trimestralmente para evaluar la efectividad de este o si es necesario modificarlo para beneficio de ETERNAL – Plataforma de servicios post fallecimiento.

Tabla 2: Presupuesto de gastos de Ventas

PROYECCIÓN 5 AÑOS					
GASTO DE VENTAS	1	2	3	4	5
SUELDOS PERSONAL DE VENTAS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
COMISIONES	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
MARKETING Y PUBLICIDAD	\$6.000	\$6.180	\$6.365	\$6.556	\$6.753
TOTAL GASTO DE VENTAS	\$6.000	\$6.180	\$6.365	\$6.556	\$6.753

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3: Presupuesto de Medios

PRESUPUESTO DE MEDIOS													
Medio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Facebook Ads	\$110	\$110	\$110	\$110	\$110	\$110	\$110	\$110	\$110	\$110	\$110	\$110	\$1.320
Instagram Ads	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$1.440
Publicidad en Google	\$145	\$145	\$145	\$145	\$145	\$145	\$145	\$145	\$145	\$145	\$145	\$145	\$1.740
Stand en Centros Comerciales		\$200		\$200	\$200						\$200		\$800
Activaciones POP	\$80		\$80			\$80		\$80		\$80			\$400
Eventos				\$150					\$150				\$300
Total	\$455	\$575	\$455	\$725	\$575	\$455	\$375	\$455	\$525	\$455	\$575	\$375	\$6.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4: Cronograma de Medios

CRONOGRAMA DE MEDIOS												
Medio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Facebook Ads												
Instagram Ads												
Publicidad en Google												
Stand en Centros Comerciales												
Activaciones POP												
Eventos												

Fuente: Elaboración Propia

- Los Anuncios en redes sociales Instagram, Facebook y Google estarán activas todos los meses del año.
- Las activaciones POP donde se colocará el material POP (Point of Purchase, por sus siglas en inglés) con la publicidad en los puntos de venta, generará la permanencia de la marca y la motivación de la compra del consumidor, por lo que se realizarán durante los meses de enero, marzo, junio, agosto y octubre.

- Los stands en Centros Comerciales se instalarán cuatro veces en el año, en los meses de: Febrero, abril, mayo y noviembre.
- Se realizarán dos eventos en el año, abril y septiembre, lo que se espera es que las personas no solo relacionen la fecha de los Fieles Difuntos en el mes de noviembre para acceder a nuestros servicios, sino que sea percibido como el aliado perfecto en cualquier mes del año y para todo tipo de religión o creencia.

2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con los datos obtenidos en la investigación de mercado se creó ETERNAL – Plataforma de servicios post fallecimiento para maximizar la experiencia y cubrir todas las necesidades de los clientes para honrar la memoria de sus seres queridos fallecidos, brindando acompañamiento en los momentos difíciles de perder un ser querido a través de servicios integrales post fallecimiento y para lograrlo se usará la estrategia omnicanal, permitiendo a los clientes acceder desde cualquiera de los canales digitales como Redes Sociales: Facebook e Instagram o desde Whatsapp a la página web donde deberá registrarse por primera vez a través de un formulario donde constan nombres completos, número de cédula, número de contacto y correo electrónico que le permitirá crear un usuario y contraseña, de esta manera podrá continuar navegando en la página donde encontrará detallado el portafolio de servicios para la contratación del o los servicios que mejor se adapten a sus necesidades, contando con la libertad de contratar paquetes, servicios eventuales, por única vez o suscribirse con alguna frecuencia determinada. Una vez el cliente seleccione el servicio se guardará en el carrito de compras donde podrá contratarlo a través del botón de pagos para que la transacción sea segura.

ETERNAL– Plataforma de servicios post fallecimiento se posicionará con la estrategia de servicio, formulando propuestas atractivas para los diferentes tipos de clientes, puesto que el

beneficio principal es brindar confianza al cliente de que la empresa ofrecerá un servicio de calidad, preocupándose de todos los detalles para cuidar el lugar de descanso del ser querido fallecido. Además, los clientes podrán calificar a la empresa para valorar sus características diferenciadoras como: calidad, empatía, puntualidad y compromiso lo cual generará confianza, cumpliendo con su propuesta de valor y de la misma manera garantizando el trabajo realizado a través de las evidencias fotográficas que serán parte fundamental de la gestión realizada. Los servicios integrales se ofrecerán a través de paquetes (Básico, Estándar, Premium) y de forma personalizada para que el cliente escoja los servicios que prefiera para armar su paquete, con suscripciones periódicas o por única ocasión, siempre de acuerdo con la necesidad de los clientes.

Desde la gerencia de Marketing se realizará el monitoreo de las ventas digitales y además la administración de redes sociales: Instagram y Facebook, página web y Whatsapp a través del cual se podrá interactuar con los clientes y concretar las ventas. Los principales indicadores de medición que se controlará son las conversiones de redes sociales con su respectiva tasa, el número de visitas a la web (tráfico web) para conocer la cantidad de personas que acceden al contenido que se publique, la cantidad de seguidores en las redes sociales, Leads y ventas por canal. El monitoreo de estos indicadores permitirá construir estrategias de marketing sostenibles, rentables, replicables y duraderas orientadas al crecimiento del negocio a través de las acciones de marketing digital adaptables a los diferentes canales de contacto y de ventas con clientes.

Como ETERNAL– Plataforma de servicios post fallecimiento cuenta con la ventaja competitiva de no tener inicialmente competidores directos que establezcan barreras de ingreso al mercado, permitirá que sea una empresa altamente estratégica y muy competitiva, sin embargo se ha previsto que las ventas deben permanecer estables dentro de la proyección

calculada o a su vez, incrementar para que el negocio siga siendo rentable, para esto es importante que la empresa se mantenga como primera opción de los clientes con nuevos servicios (innovación constante) o realizando activaciones para captar nuevos clientes y generar la fidelización de los existentes, porque un incremento de competencia también podría influir en las ventas y ocasionar pérdidas financieras que puedan concluir a futuro en una iliquidez del negocio. Por tales motivos, se consideró realizar estrategias para mantener rentable a ETERNAL, como: Inversión en el plan de Marketing: Destinando recursos para estrategias de OTL (On the line, por sus siglas en inglés) y BTL (Below the line, por sus siglas en inglés), elaboración de material POP (Point of Purchase, por sus siglas en inglés) para fortalecer la Presencia de marca y en Eventos, participando en ferias o lugares estratégicos relacionados a la actividad. Control adecuado de los gastos: Realizando un análisis periódico del estado de flujo de efectivo se podrá analizar en qué rubros está gastando más la operación de la empresa y realizar los ajustes que nos permitan ser más eficientes, cumpliendo siempre con los presupuestos para cada una de las áreas. Incremento de los márgenes de ganancia: Evaluando diversas alternativas para crear promociones atractivas para el segmento objetivo y continuar ofreciendo el valor agregado considerando siempre el costo/beneficio para el cliente. Análisis de la rentabilidad de la cartera de clientes: Siempre con enfoque en el servicio, permite centrarnos en el cliente y a través de un análisis detallado identificar con quiénes debemos invertir en más estrategias comerciales o de marketing para retenerlos y fidelizarlos porque generan una mayor rentabilidad para la empresa. Aumento de las frecuencias de compras de los servicios: Realizando activaciones promocionales para incentivar las ventas en clientes registrados que no tienen servicios contratados frecuentes o que solo contrataron un servicio individual por única vez, para que se motiven a realizar recompras, generando una mayor rentabilidad con los clientes existentes y el Uso de la tecnología como aliada: Invirtiendo en Analítica y Data que permitirá ser más rentables al tomar decisiones más estratégicas y ayudará

a minimizar el margen de error que se pueda presentar al manejar los indicadores para las operaciones del negocio. Las soluciones tecnológicas juegan un papel importante para optimizar los procesos internos y ahorrar costos, permitiendo mejorar la productividad y mantener a ETERNAL, siempre como una empresa exitosa.

En conclusión, bajo la perspectiva de Marketing incluyendo los resultados de la Investigación de Mercado realizada y el Plan de Marketing, destaco que ETERNAL– Plataforma de servicios post fallecimiento es una empresa que tiene mucho potencial en el mercado ecuatoriano, el enfoque emocional que se brinda a través de nuestra propuesta de valor hace que sea un negocio de personas para personas, generando que ese diferenciador haga de la marca el lugar favorito del segmento objetivo cuando lo necesiten, sobre todo en los momentos difíciles de afrontar una reciente pérdida donde en la mayoría de los casos, las personas no saben qué hacer, ahí estará ETERNAL– Plataforma de servicios post fallecimiento para dar el servicio integral que necesiten, inicialmente se establecieron ocho servicios principales, pero con el transcurso del tiempo tenemos la accesibilidad de continuar incorporando más servicios nuevos que se vayan creando de acuerdo con las nuevas necesidades de las personas. **Infografía Eternal (Anexo-Figura.11)**. Además de ampliar el enfoque de que las personas puedan contratar los servicios de ETERNAL como plan anticipado y no necesariamente post mortem. A nivel financiero, los indicadores de rentabilidad son positivos: se obtuvo una TMAR del 13.98% y la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 48,76%, por lo tanto, este proyecto es viable porque posee un rendimiento atractivo confirmando que es un negocio aceptable con un payback (período de recuperación) de 2 años y eso confirma la viabilidad del negocio, utilizando todas las estrategias de marketing consideradas en este proyecto y en conjunto con las demás gerencias completamente organizadas y alineadas, ETERNAL- Plataforma de servicios post fallecimiento tiene potencial de crecimiento del negocio a largo plazo. **Viabilidad Financiera (Anexo- Figura.12)**

Con la realización de este proyecto me llevo un gran aprendizaje de que con estudios adecuados, análisis estructurado y de manera ordenada se pueden establecer las mejores estrategias para realizar un proyecto de negocio que sea rentable y que aporte a la sociedad, entendiendo la importancia de estar correctamente preparados académicamente y aprender a trabajar en equipo, donde todos los miembros se comprometen en dar lo mejor de cada uno y aportar desde su área de expertiz laboral en la mejor ejecución de las tareas. Las personas siempre tendremos necesidades por cubrir, por lo que debemos estar atentos a las oportunidades que se puedan generar y lograr buenos negocios, pero siempre enfocados en que el cliente debe ser el centro de nuestras decisiones, por lo que comparto esta frase de Alexander Osterwalder que menciona: “Los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede sobrevivir durante mucho tiempo si no tiene clientes”.

3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://altametrics.com/es/business-operations/what-is-strategic-positioning.html>

<https://blog.hubspot.es/marketing/posicionamiento-marca>

<https://www.netrivals.com/es/recursos/guias/que-son-precios-descremados/#:~:text=El%20price%20skimming%20o%20precios,a%20m%C3%A1s%20partes%20del%20mercado.>

<https://www.bbvaopenmind.com/economia/empresa/que-es-un-modelo-de-negocio-y-como-hacerlo-efectivo/>

<https://www.mejoracompetitiva.es/2015/09/que-es-estrategia/#:~:text=Posici%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20o%20posicionamiento%20estrat%C3%A9gico&text=Porter%20encontrar%20ese%20lugar%20propio,Jack%20Trout%20y%20Al%20Ries.>

Porter. (2015). ¿Qué es Estrategia? El pensamiento de Michael Porter.

<https://www.mejoracompetitiva.es/2015/09/que-es-estrategia/>

<https://www.mejoracompetitiva.es/2012/06/resucitando-a-igor-ansoff-tres-claves-para-decidir-como-innovar/>

Jerabek. (2018). Types of Internet Marketing Strategies. Blue Interactive Agency.

<https://blueinteractiveagency.com/seo-blog/2018/01/9-types-ofinternet-marketing-strategies/>

Briceño. (2018). Comunicación de Marketing. International Journal of Good Conscience.

[https://www.google.com/url?esrc=s&q=&rct=j&sa=U&url=http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)98-113.pdf](https://www.google.com/url?esrc=s&q=&rct=j&sa=U&url=http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)98-113.pdf)

Ansoff, H. (1976): "La estrategia de la empresa". Universidad de Navarra, Pamplona, Traducción del original: Corporate strategy, McGraw-Hill, Nueva York, 1965.

Kumar, K., Subramanian, R. y Strandholm, K. (2002): "Market Orientation and Performance: Does Organizational Strategy Matter?". Journal of Applied Business Research, Vol. 18, n. 1, pp. 37-5

Pelham, A. (1999): "Influence of environment, strategy, and market orientation on performance in small manufacturing firms". Journal of Business Research, vol. 5, pp. 33-46.

Porter, M. y Millar, V. (1986): "Como obtener ventajas competitivas por medio de la información" Harvard Deusto Business Review, n.25, pp. 3-20.

<https://blog.hubspot.es/marketing/posicionamiento-marca>

<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.>

<https://www.comunicare.es/desarrollo-web-multiplataforma-explicacion-y-herramientas/#:~:text=El%20desarrollo%20multiplataforma%20o%20DAM,un%20solo%20lenguaje%20de%20programaci%C3%B3n.>

Lancaster, Geoff; Reynolds, Paul (2004). Marketing. Macmillan Education UK. pp. 270-301. ISBN 9780333987896.

Pérez, P (2017). «3 estrategias publicitarias potencialmente exitosas: ATL, BTL y TTL». Marviloso Marketing World.

Palau, D. (11 de 01 de 2021). ¿Qué es below the line (BTL)?. cyberclick.

<https://www.cyberclick.es/que-es/que-es-below-the-line-btl>

Battle, A. (2020). Marketing externo: qué es y cómo beneficiará a tu empresa. inboundcycle.

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/marketing-externo-que-es-y-como-beneficiara-a-tu-empresa>

<https://rockcontent.com/es/blog/trafico->

[web/#:~:text=Llamamos%20de%20tr%C3%A1fico%20web%20todo,un%20determinado%20sitio%20puede%20variar](https://rockcontent.com/es/blog/trafico-web/#:~:text=Llamamos%20de%20tr%C3%A1fico%20web%20todo,un%20determinado%20sitio%20puede%20variar)

Alba, A. (2022). Design Thinking a fondo. <https://innolandia.es>. <https://innolandia.es/design-thinking-a-fondo-prototipar/>

Nahmias, L. (2021). Design Thinking, ¿qué es y cuáles son sus fases? quodem.com.

<https://quodem.com/blog/que-es-design-thinking/>

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>

Cementerio Patrimonial Junta de Beneficencia (mayo de 2017)

<https://cementeriopatrimonial.org.ec/noticias/1385-con-flores-musica-nostalgia-vivio- emotivo-dia-madres>

Tapia, Evelyn (enero de 2023) Primicias. Obtenido de

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/negocio-propio-financiamiento-opciones-ecuador/>

Enríquez, C. (abril de 2019) Líderes. Obtenido de:

<https://www.revistalideres.ec/lideres/capital-emprendimientos-estudio-financiamiento-inversion.html>

Simply Stakeholders. (s.f.). Guía de análisis de stakeholder Obtenido de:

<https://simplystakeholders.com/guia-de-analisis-de-stakeholders/>

ISO. (s.f.). ISO 26000:2010. Guía de responsabilidad social Obtenido de:

<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

ESERP Business School. (s.f.). ¿Qué son los KPIs? Obtenido de:

<https://es.eserp.com/articulos/que-son-los-kpis/>

InboundCycle. (s.f.). Cómo definir KPIs de marketing digital Obtenido de:

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/como-definir-kpi-marketing-digital>

ISO. (2010). ISO 26000: Panorama del proyecto (ISO 26000 Project Overview) Obtenido de:

https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf

<https://blog.hubspot.es/website/caracteristicas-sitio-web>

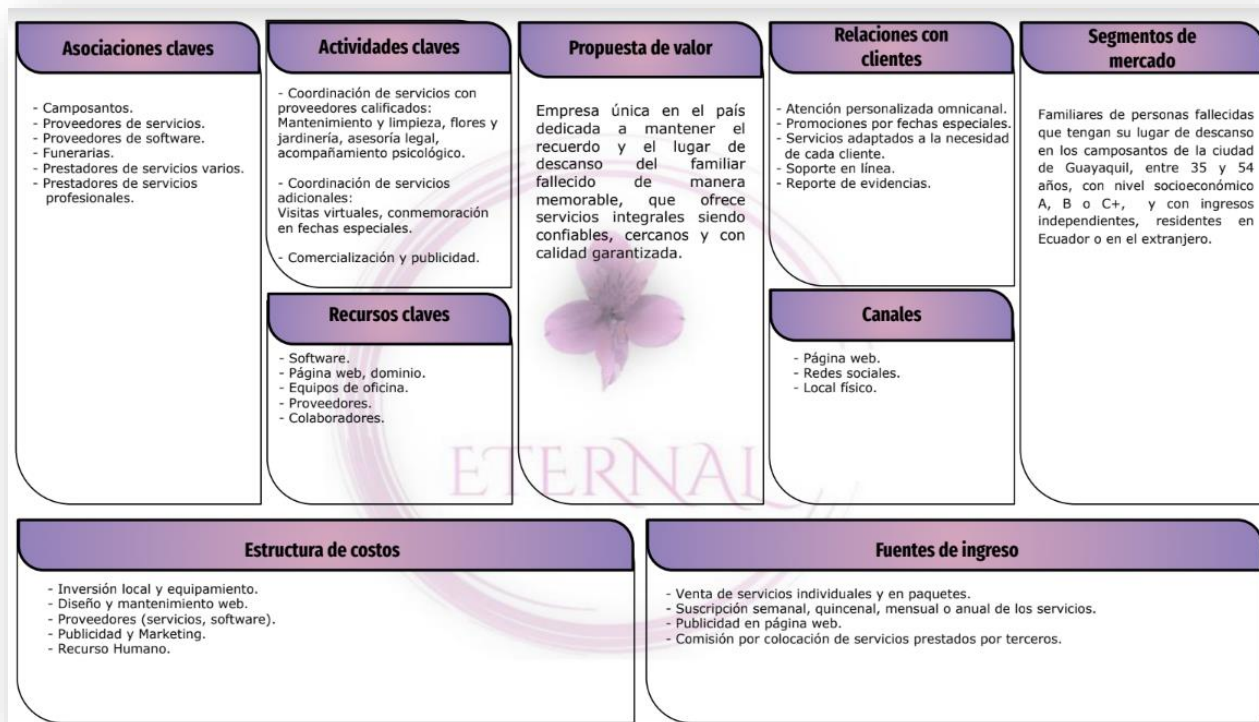
<https://blog.hubspot.es/website/como-hacer-una-pagina-web>

[https://marketing4ecommerce.net/que-es-el-diseno-web-](https://marketing4ecommerce.net/que-es-el-diseno-web-responsive/#:~:text=Una%20web%20responsive%20es%20aquella,de%20la%20p%C3%A1g)

[responsive/#:~:text=Una%20web%20responsive%20es%20aquella,de%20la%20p%C3%A1gina%20al%20mismo.](https://marketing4ecommerce.net/que-es-el-diseno-web-responsive/#:~:text=Una%20web%20responsive%20es%20aquella,de%20la%20p%C3%A1gina%20al%20mismo.)

4. ANEXOS

Figura 11. Infografía Eternal



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5: Proyección anual de la Demanda y Costos Totales

PROYECCIÓN ANUAL					
DEMANDA	1	2	3	4	5
PRODUCCIÓN	7.330	7.916	8.550	9.234	9.972
PRECIO	\$50				
VENTAS (PXQ)	\$366.500	\$395.820	\$427.486	\$461.684	\$498.619
COSTO VARIABLE	\$183.250	\$197.910	\$213.743	\$230.842	\$249.310
COSTO FIJO	\$16.858	\$16.858	\$16.858	\$16.858	\$16.858
COSTO TOTAL	\$200.108	\$214.768	\$230.600	\$247.700	\$266.167

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6: Viabilidad Financiera

VIABILIDAD FINANCIERA				
TIR	48,76%			
VAN	\$54.208,85			
TMAR	13,98%			
PAYBACK	2 años			
PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACIÓN INVERSIÓN
1	\$ 21.717	\$ -24.823	\$ 3.036	\$ -
2	\$ 21.717	\$ 25.046	\$ 3.036	\$ 22.010
3	\$ -293	\$ 33.532	\$ -41	\$ 33.573
4	\$ -33.866	\$ 45.548	\$ -4.734	\$ 50.282
5	\$ -84.147	\$ 55.380	\$ -11.762	\$ 67.143

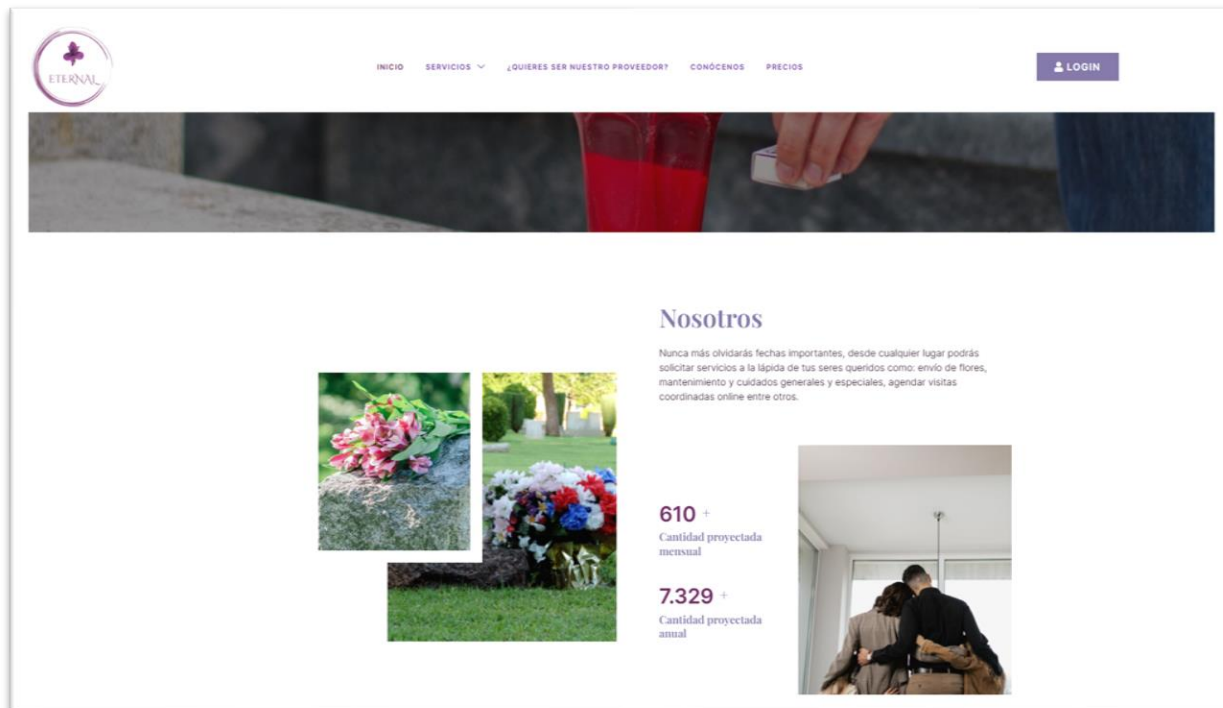
Fuente: Elaboración Propia

Figura 12. Mercado Objetivo, Segmento Objetivo, Indicadores de Preferencias de Servicios



Fuente: INEC

Figura 13. Página Web Eternal – Inicio



Fuente: Elaboración Propia

Figura 14. Página Web Eternal – Conócenos



Fuente: Elaboración Propia

Figura 15. Página Web Eternal – Login

ETERNAL

INICIO SERVICIOS ¿QUIERES SER NUESTRO PROVEEDOR? CONCENOS PRECIOS LOGIN

Mi cuenta

Acceder

Nombre de usuario o correo electrónico *

Contraseña *

Recuérdame

ACCEDER

¿Olvidaste la contraseña?

Registrarse

Nombre Completo *

Nombre Completo

Cédula *

Cédula

Teléfono *

Teléfono

Nombre de usuario *

Dirección de correo electrónico *

Contraseña *

Tus datos personales se utilizarán para procesar tu pedido, mejorar tu experiencia en esta web, gestionar el acceso a tu cuenta y otros propósitos descritos en nuestra política de privacidad.

REGISTRARSE

Fuente: Elaboración Propia