

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS



**“PLAN DE NEGOCIOS DE LA FUNERARIA VIDAURRE EN LA
CIUDAD DE TARIJA – PROVINCIA CERCADO”**

DOCENTE GUÍA: *Lic. Luis Araoz Montoya.*

ESTUDIANTES: Gallardo Vidaurre William
Quisbert Colque Margot Micaela

Trabajo de Profesionalización presentado a consideración de la “Universidad Autónoma Juan Misael Saracho” como requisito para optar el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas

AGOSTO DEL 2020

TARIJA – BOLIVIA

.....
M.SC. LIC. LUIS ARAOZ MONTOYA

DOCENTE GUÍA

.....
M.SC. LIC. ANSELMO RODRÍGUEZ ORTEGA

DECANO

.....
M.S C. LIC. VÍCTOR JORGE VARGAS RIVERA

VICEDECANO

.....
M.SC. LIC. VÍCTOR JOHN VACA JEREZ

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y ADMINISTRACIÓN
APLICADA

APROBADO POR:

TRIBUNAL

.....
M.SC. LIC. OSCAR FERNANDO SOSSA CALVO

TRIBUNAL 1

.....
M.SC. LIC. LOURDES DANIELA NARVÁEZ NINA

TRIBUNAL 2

DEDICATORIA:

El presente trabajo lo dedicamos a las personas más importantes en nuestras vidas, por su apoyo incondicional.

A nuestros padres por habernos dado una educación, por ser nuestra inspiración para alcanzar nuestras metas, gracias por enseñarnos que todo se aprende y que todo esfuerzo tiene su recompensa.

AGRADECIMIENTOS:

A Dios, gracias por darnos la vida, por guiar nuestros pasos, por poner en nuestros caminos a personas maravillosas, y por las bendiciones que recibimos día tras día.

A nuestros docentes que contribuyeron con nuestro desarrollo profesional.

A nuestro querido Lic. Luis Araoz Montoya por compartirnos sus amplios conocimientos, trasmitiéndonos sus experiencias y por su asesoría siempre dispuesta.

A nuestros familiares por sus palabras de apoyo y motivación durante nuestros estudios.

PENSAMIENTO:

“El éxito debe medirse no por la posición a la que una persona a llegado, sino por su esfuerzo por triunfar”

Booker T. Washington

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	I
PLAN DE TRABAJO (PERFIL).....	II
1. ANTECEDENTES DEL SECTOR	II
2. JUSTIFICACIÓN	II
2.1. Justificación Teórica	III
2.2. Justificación Practica.....	IV
2.3. Justificación Social	VI
2.4. Justificación Científica.....	VI
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	VI
3.1. Definición del Problema.....	VII
4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	VII
4.1. Objetivo General.....	VII
4.2. Objetivos Específicos.....	VII
5. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	VIII
6. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	IX
CAPITULO I.....	1
ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	1
1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	1
1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO.....	1
1.1.1. Político	1
1.1.2. Económico.....	6
1.1.3. Social	7
1.1.4. Tecnológico.....	7
1.1.5. Ambiental.....	9
1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO.....	9
1.2.1. Consumidores.....	9
1.2.2. Competidores Actuales	10
1.2.3. Competidores Potenciales	10
1.2.4. Intermediarios.....	10

1.2.5.	Sustitutos.....	10
1.2.6.	Proveedores.....	11
1.3.	NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	11
1.3.1.	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DEL NEGOCIO.....	11
1.3.2.	JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	11
1.3.2.1.	Nombre de la Empresa.....	12
1.3.3.	TIPO DE EMPRESA.....	13
1.3.3.1.	Por su actividad: de Servicio.....	13
1.3.3.2.	Por su Finalidad.....	13
1.3.3.3.	Por su Formalidad.....	13
1.3.3.4.	Origen de Capital.....	13
1.4.	UBICACIÓN Y TAMAÑO.....	14
1.4.1.	Ubicación.....	14
1.4.2.	Tamaño.....	15
1.5.	GESTIÓN EMPRESARIAL.....	16
1.5.1.	Visión.....	16
1.5.2.	Misión.....	16
1.5.3.	Valores de la Empresa.....	17
1.6.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA.....	18
CAPITULO II.....		19
PLAN DE MARKETING.....		19
2.	INTRODUCCIÓN.....	19
2.1.	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	19
2.1.1.	Proyecto de Investigación de Mercados.....	20
2.1.1.1.	Problema Gerencial.....	20
2.1.1.2.	Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados.....	20
2.1.1.3.	Pregunta Científica de Investigación.....	21
2.1.1.4.	Planteamiento de la hipótesis.....	21
2.2.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	22
2.2.1.	Objetivo General.....	22

2.2.2.	Objetivos Específicos	22
2.3.	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	22
2.3.1.	Metodología	22
2.3.2.	Técnica	23
2.4.	RECOPILOCIÓN DE LA INFORMACIÓN	23
2.4.1.	Información Primaria	23
2.4.2.	Información Secundaria	24
2.5.	DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y EL TAMAÑO DE LA MUESTRA	24
2.5.1.	Población.....	24
2.5.1.2.	Tabulación de la Encuesta Piloto	25
2.5.2.	Cálculo de la Muestra	26
2.6.	LA ENCUESTA.....	27
2.7.	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	27
2.8.	ESTUDIO DE PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO	46
2.9.	PLAN DE MARKETING	51
2.9.1.	Objetivos del Plan de Marketing	52
2.9.2.	Segmentos de Mercado	52
2.9.2.1.	Segmento Geográfico	52
2.9.2.2.	Segmento demográfico.....	53
2.10.	MARKETING MIX PARA LA FUNERARIA VIDAURRE	53
2.10.1.	Productos y Servicios Funerarios	53
2.10.2.	Precio	55
2.10.3.	Plaza.....	58
2.10.4.	Promoción	59
2.11.	ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	61
2.11.1.	Imagen de la empresa.....	61
2.11.2.	Marketing Electrónico	64

2.11.3. Estrategias de Crecimiento (Puede aplicar los intensivos, Integradores o por diversificación)	68
2.12. DETERMINACIÓN DE LA TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA	68
2.13. PRESUPUESTO DEL ÁREA DE MARKETING	69
CAPITULO III	71
RECURSOS HUMANOS	71
3. INTRODUCCIÓN.....	71
3.1. OBJETIVO DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS.....	71
3.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	72
3.3. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS O MANUAL DE FUNCIONES	73
3.4. PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL PERSONAL	79
3.4.1. Reclutamiento del Personal	79
3.4.2. Selección de Personal	79
3.4.3. Contratación	81
3.4.4. Inducción.....	81
3.5. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	82
3.5.1. Escala Salarial	83
3.5.2. Planilla de Sueldos y Salarios.....	86
3.6. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN	87
3.7. PRESUPUESTO DE GASTO DE ORGANIZACIÓN	93
CAPITULO IV	95
PLAN DE PRODUCCIÓN	95
4. INTRODUCCIÓN.....	95
4.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN	95
4.2. INGENIERÍA DEL PRODUCTO	96
4.2.1. Características de los Servicios	96
4.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	98
4.3.1. Tipo de Proceso	99
4.3.2. Flujo del Proceso	100

4.4.	CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA	103
4.5.1.	Requerimiento de Equipos e instalaciones	103
4.5.	ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES	106
4.5.1.	Necesidad de la materia prima	106
4.5.2.	Identificación de Proveedores	107
4.5.3.	Sistema de Compras	108
4.6.	CAPACIDAD PRODUCTIVA	108
4.7.	LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	108
4.8.	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS.....	108
4.9.	HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	110
4.10.	CONTROL DE CALIDAD	113
4.11.	PLAN DE PRODUCCIÓN ANUAL	115
4.12.	PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	116
4.13.	COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO.....	118
	CAPITULO V.....	122
	PLAN FINANCIERO	122
5.	INTRODUCCIÓN.....	122
5.1.	OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA.....	122
5.2.	SISTEMA CONTABLE	123
5.3.	ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO.....	123
5.4.	Proyección de Costos Anuales	126
5.5.	BREAK EVEN FÍSICO - PUNTO DE EQUILIBRIO.....	128
5.6.	PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS	129
5.7.	INGENIERÍA FINANCIERA.....	129
5.7.1.	Estructura del Capital de Trabajo	130
5.7.2.	Requerimiento de Activos Fijos e Intangibles	131
5.7.3.	Estructura de Inversión	132
5.7.4.	Cuenta Capital	133
5.7.5.	Balance de Apertura	134
5.7.6.	Compensaciones Fiscales.....	135

5.8.	FLUJO DE CAJA PARA UNA VIDA ÚTIL DE CINCO AÑOS	137
5.9.	ESTADOS FINANCIEROS	138
5.9.1.	Estado de Resultados	138
5.10.	INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO.....	139
5.10.1.	PERIODO DE RECUPERACIÓN	139
5.10.2.	MÉTODO DE VAN	139
5.10.3.	MÉTODO DE LA TIR	141
5.10.4.	MÉTODO DE BENEFICIO COSTO.....	142
VI.	CONCLUSIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	144
VII.	RECOMENDACIONES	145
VIII.	BIBLIOGRAFIA	146
	ANEXOS.....	144

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 TARIJA: PROYECCIONES DE POBLACIÓN, 2012—2023 EN MILES DE HABITANTES.....	V
GRÁFICO 2 INDICADORES DEMOGRÁFICOS SEGÚN PROYECCIONES 2017.	V
GRÁFICO 3 CONEXIONES DE INTERNET	8
GRÁFICO 4 NOMBRE DE LA EMPRESA	12
GRÁFICO 5 UBICACIÓN DE LA EMPRESA	14
GRÁFICO 6 GENERO DE LOS ENCUESTADOS	27
GRÁFICO 7 EDAD DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS	28
GRÁFICO 8 USO DE LOS SERVICIOS FUNERARIOS.....	29
GRÁFICO 9 QUE LE PARECIÓ EL SERVICIO QUE BRINDAN LAS FUNERARIAS	30
GRÁFICO 10 DE QUE EMPRESAS FUNERARIAS RECIBIÓ EL SERVICIO	31
GRÁFICO 11 COMO CONSIDERA LOS COSTOS DE LA FUNERARIAS	32
GRÁFICO 12 LUGAR DONDE REALIZA LA VELACIÓN.....	33
GRÁFICO 13 ACEPTACIÓN Y USO DEL SERVICIO FÚNEBRE	34
GRÁFICO 14 QUE ESPERA EL CLIENTE DE LA NUEVA EMPRESA.....	35
GRÁFICO 15 IMPORTANCIA DEL PRECIO.....	36
GRÁFICO 16 DINERO QUE ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN SERVICIO FUNERARIO.....	37
GRÁFICO 17 COMO LE GUSTARÍA AL CLIENTE CANCELAR EL SERVICIOSERVICIO.....	38
GRÁFICO 18 PROMOCIONES QUE LE GUSTARÍA PERCIBIR DE LA FUNERARIA	39
GRÁFICO 19 MEDIO DE PREFERENCIA DE LOS USUARIOS	40
GRÁFICO 20 RED SOCIAL FAVORITA.....	41
GRÁFICO 21 CANAL DE TELEVISIÓN PREFERIDO	42
GRÁFICO 22 RADIO PREFERIDA.....	43
GRÁFICO 23 PERIÓDICO FAVORITO.....	44

GRÁFICO 24 SALÓN VELATORIO.....	59
GRÁFICO 25 LOGOTIPO DE LA EMPRESA	62
GRÁFICO 26 SLOGAN DE LA EMPRESA.....	63
GRÁFICO 27 TARJETAS DE PRESENTACIÓN.....	64
GRÁFICO 28 PAGINA DE FACEBOOK	64
GRÁFICO 29 ANUNCIOS.....	65
GRÁFICO 30 RED SOCIAL WHATSAPP	67
GRÁFICO 31 ORGANIGRAMA	72
GRÁFICO 32 DISEÑO DE PLANTA	109

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 TAMAÑO DE LA EMPRESA SEGÚN SU CAPITAL	15
TABLA 2 TAMAÑO DE LA EMPRESA SEGÚN EL NUMERO DE PERSONAL EMPLEADO	15
TABLA 3 POBLACIÓN ESTIMADA EN EL MUNICIPIO DE TARIJA - CERCADO	24
TABLA 4 ¿HA UTILIZADO LOS SERVICIOS FUNERARIOS EN LA CIUDAD DE TARIJA CERCADO?.....	25
TABLA 5 GENERO DE LOS ENCUESTADOS	27
TABLA 6 EDAD DE LOS ENCUESTADOS	28
TABLA 7 USO DE LOS SERVICIOS FUNERARIOS	29
TABLA 8 QUE LE PARECIÓ EL SERVICIO QUE BRINDAN LAS FUNERARIAS	30
TABLA 9 DE QUE EMPRESAS FUNERARIAS SE RECIBIÓ EL SERVICIO	31
TABLA 10 COMO CONSIDERA LOS COSTOS DE ESA FUNERARIA	32
TABLA 11 LUGAR DONDE REALIZA LA VELACIÓN	33
TABLA 12 ACEPTACIÓN DEL SERVICIO FÚNEBRE	34
TABLA 13 QUE ESPERA EL CLIENTE DE LA NUEVA FUNERARIA.....	35
TABLA 14 IMPORTANCIA DEL PRECIO A LA HORA DE CONTRATAR UN SERVICIO FUNERARIO.....	36
TABLA 15 DINERO QUE ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN SERVICIO	37
TABLA 16 COMO LE GUSTARÍA AL CLIENTE CANCELAR EL SERVICIO .	38
TABLA 17 PROMOCIONES QUE LES GUSTARÍA PERCIBIR DE LA FUNERARIA	39
TABLA 18 MEDIO DE PREFERENCIA DE LOS USUARIOS	40
TABLA 19 RED SOCIAL FAVORITA.....	41
TABLA 20 CANAL DE TELEVISIÓN PREFERIDO	42
TABLA 21 RADIO PREFERIDA.....	43

TABLA 22 PERIÓDICO FAVORITO.....	44
TABLA 23 DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA ACTUAL.....	47
TABLA 24 PLANES DE SERVICIO	54
TABLA 25 PRECIO DE LOS PLANES DE SERVICIO.....	56
TABLA 26 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA.....	68
TABLA 27 COSTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MENSUAL	69
TABLA 28 PRESUPUESTO TOTAL DEL PLAN DE MARKETING (MENSUAL)	69
TABLA 29 PRESUPUESTO TOTAL DEL PLAN DE MARKETING ANUAL.....	70
TABLA 30 MANUAL DE FUNCIONES GERENTE GENERAL	73
TABLA 31 MANUAL DE FUNCIONES JEFE COMERCIAL	75
TABLA 32 MANUAL DE FUNCIONES, CHOFER	77
TABLA 33 MANUAL DE FUNCIONES, LIMPIEZA	78
TABLA 34 ESCALA SALARIAL	83
TABLA 35 AGUINALDO.....	84
TABLA 36 APORTES LABORALES	84
TABLA 37 SIGNIFICADO DE LAS SIGLAS DE LOS APORTES	85
TABLA 38 PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS	86
TABLA 39 PRESUPUESTO DE GASTO DE ORGANIZACIÓN	93
TABLA 40 FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL SERVICIO.....	101
TABLA 41 FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL SERVICIO POR COVID	102
TABLA 42 COSTO DE LA MATERIA PRIMA	106
TABLA 43 PROVEEDORES	107
TABLA 44 COSTO DE HERRAMIENTAS DE SEGURIDAD	113
TABLA 45 DEMANDA PROYECTADA	116
TABLA 46 PLAN DE PRODUCCION PARA 5 AÑOS	116
TABLA 47 COSTOS TOTALES DE ACTIVIDADES PRE OPERATIVAS	117
TABLA 48 ACTIVIDADES OPERATIVAS	117

TABLA 49 COSTO DE EQUIPO PARA LA CAFETERIA	118
TABLA 50 COSTO DE HERRAMIENTA DE SEGURIDAD	119
TABLA 51 COSTOS DE MUEBLAS Y ENSERES	120
TABLA 52 COSTO DE EQUIPO DE OFICINA.....	121
TABLA 53 COSTO DE VEHÍCULO.....	121
TABLA 54 COSTOS DE SERVICIOS BASICOS.....	121
TABLA 55 COSTOS FIJOS MENSUALES.....	124
TABLA 56 COSTOS VARIABLES MENSUALES.....	125
TABLA 57 COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN.....	125
TABLA 58 PRECIO DE VENTA.....	126
TABLA 59 PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES.....	127
TABLA 60 PROYECCIÓN ANUAL DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	128
TABLA 61 PLAN DE PRODUCCION PARA 5 AÑOS.....	129
TABLA 62 CAPITAL DEL TRABAJO.....	131
TABLA 63 REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS E INTANGIBLES.....	132
TABLA 64ESTRUCTURA DE INVERSIÓN.....	132
TABLA 65 CUENTA CAPITAL.....	133
TABLA 66 DEBITO FISCAL IVA.....	135
TABLA 67 CRÉDITO FISCAL IVA.....	135
TABLA 68 COMPRAS.....	136
TABLA 69 COMPENSACIONES.....	136
TABLA 70 FLUJO DE CAJA.....	137
TABLA 71 PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	139