

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y

FINANCIERAS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN

MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS

“FUNERARIA NUEVA ESPERANZA”

Elaborado por:

Ramos Céspedes Nataly Mariela

Velázquez Espindola Helmer Javier

Docente Guía:

MSc. Lic. Lourdes Cadena

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.

El tribunal calificador del presente trabajo no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el presente trabajo siendo esta únicamente responsabilidad de los autores

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo plan de negocios con afecto y admiración a mi madre: Jenny Céspedes, quien a lo largo de mi vida supo darme fuerzas y valor para afrontar todas las adversidades que se me presentaron.

Nataly

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres: Francisco y Esperanza, que desde el cielo supieron guiar e iluminar mi camino dándome la fuerza suficiente para alcanzar una de las metas más importantes de mi vida.

A Sandra Trujillo por el amor y la paciencia que me tuvo durante mi formación profesional.

Javier.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por estar con nosotros en cada paso que damos, por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestras mentes y por haber puesto en el camino a aquellas personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

PENSAMIENTO

“No es cierto que la gente deje de perseguir sus sueños porque envejece, más bien envejece cuando deja de perseguir sus sueños”

Gabriel García Márquez



ÍNDICE

	Página
Resumen Ejecutivo	
Introducción.....	1
Justificación	2
Planteamiento del Problema.....	3
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.....	4
Objetivo Solución	4

CAPÍTULO I

NATURALEZA DE LA EMPRESA

1. Descripción de la empresa.....	5
1.1. Nombre o razón social.....	5
1.2. Características de la empresa.....	6
1.3. Logotipo	8
1.4. Ubicación.....	9
1.5. Misión.....	10
1.6. Visión	10
1.7. Valores de la empresa	11
1.8. Objetivos.....	12
1.8.1. Objetivo general.....	12
1.8.2. Objetivos específicos.....	12
1.9. Servicios de la empresa	12
1.10 Estrategias de diferenciación	16
1.10.1. Atención al cliente.....	16
1.10.2. Servicios integrales	17
1.10.3. Tabla comparativa de los paquetes.....	18
1.10.4. Plan de pagos	19
1.10.5. Plan de previsión.....	19
1.10.6. Convenios	20



CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2. Introducción.....	21
2.1. Planteamiento del problema	22
2.2. Objetivo	22
2.2.1 Objetivo general	22
2.2.2. Objetivo específico.....	22
2.3. Características demográficas	22
2.3.1. Población	22
2.3.2. Tasa de mortalidad del departamento de Tarija.....	24
2.3. 3. Esperanza de vida.....	26
2.4. Características sociales.....	26
2.4. 1. Religión	26
2.4.2. Ámbito cultural	27
2.5. Análisis de la competencia	27
2.5.1. Competencia actual	28
2.5.2. Competencia potencial	28
2.6. Diseño de investigación.....	31
2.7. Fuentes de información	31
2.8. Metodología de la investigación	32
2.8.1 Definición de la muestra.....	32
2.8.2. Cálculo de la muestra	33
2.8.3. Análisis e interpretación de los datos	35
2.8.4. Análisis e interpretación de resultados.....	35
2.9. Observaciones	50
2.10. Principales conclusiones de la investigación de mercado	50
2.11. Marketing.....	51
2.11. 1. Producto	51
2.11. 2. Precio	52
2.11. 2.1. Fijación de precios basado en el costo más utilidades	52



2.11. 3. Plaza	54
2.11. 4. Promoción.....	55

CAPÍTULO III RECURSOS HUMANOS

3. Introducción.....	58
3.1. Organigrama	59
3.2 Requerimiento para los puestos de la empresa	60
3.4. Trabajo en equipo.....	63
3.5. Captación del personal	63
3.5. 1. Reclutamiento del personal.....	63
3.5. 2. Selección del personal	64
3.5. 3. Contratación	66
3.6. Inducción	66
3.7. Planilla de sueldos y salarios	67
3.8. Aportes patronales.....	69

CAPÍTULO IV OPERACIONES

4. Introducción.....	70
4.1. Proceso del servicio	70
4.1.1. Servicio funerario.....	70
4.1.2. Flujograma del proceso de producción del servicio.....	71
4.1.3. Especificación de servicio	72
4.2. Flujograma del pedido de ataúd.....	76
4.2.1. Proceso que realizan los proveedores de ataúdes	77
4.2.2. Adquisición de materiales para la funeraria Nueva Esperanza.....	79
4.3. Descripción y costo que se requiere para producir el servicio	80
4.4. Identificación del costos.....	82



4.5. Inventario con el iniciará la empresa 89

CAPÍTULO V

FINANZAS

5. Introducción..... 90

5.1. Proyecciones de ventas de la empresa..... 90

5.1.1. Proyecciones de ventas mensuales 90

5.1.2. Proyecciones de ventas e ingresos anuales 92

5.2. Proyecciones de costos de la empresa (año)..... 95

5.3. Estructura de la inversión 98

5.4. Financiamiento interno..... 99

5.5 Flujo de caja..... 100

5.6. Cálculo del VAN..... 101

5.7. Cálculo de la TIR 101

5.8 Periodo de recuperación 102

5.9. Estado de ingresos y egresos 103

5.10 Balance de apertura 104

5.11. Fondo de reserva 105

5.12. Determinación de las utilidades para cada socio 105

Bibliografía..... 106

Anexos



ÍNDICE DE CUADROS

	Página
CUADRO N° 1 Características de la empresa.....	7
CUADRO N° 2 Ubicación de la empresa	9
CUADRO N° 3 Tabla comparativa de paquetes.....	18
CUADRO N° 4 Plan de pagos	19
CUADRO N° 5 Población de Tarija	23
CUADRO N° 6 Población de Cercado.....	24
CUADRO N° 7 Proyección de mortalidad	25
CUADRO N° 8 Características de la competencia.....	30
CUADRO N° 9 Población proyectada por edades.....	33
CUADRO N° 10 Percepción de la importancia que tienen las personas sobre Las funerarias	35
CUADRO N° 11 Conocimiento de las personas acerca de los servicios que brindan las diferentes funerarias	37
CUADRO N° 12 Lo que les gustó del servicio funeral a las personas encuestadas.....	38
CUADRO N° 13 Lo que les desagradó del servicio funeral a las personas encuestadas	40
CUADRO N° 14 Personas que dejarían o no el servicio a profesionales	41
CUADRO N° 15 Factores que considera la gente importante al momento de adquirir un servicio funeral	42
CUADRO N° 16 Aspectos considerados para la compra de un ataúd.....	44
CUADRO N° 17 Opinión sobre el servicio del plan de previsión.....	45
CUADRO N° 18 Nuevas alternativas para incorporar al servicio funeral	46
CUADRO N° 19 Medios de comunicación que prefieren las personas.....	48
CUADRO N° 20 Ingresos que perciben las personas en estudio	49
CUADRO N° 21 Precios de los paquetes.....	53
CUADRO N° 22 Descuento de los paquetes.....	54
CUADRO N° 23 Presupuesto para publicidad en televisión	56
CUADRO N° 24 Presupuesto para publicidad en radio.....	57



CUADRO N° 25 Funciones del gerente general	60
CUADRO N° 26 Funciones de la secretaria.....	61
CUADRO N° 27 Funciones del operario	62
CUADRO N° 28 Planilla de sueldos del personal fijo.....	67
CUADRO N° 29 Planilla de salarios del personal eventual.....	68
CUADRO N° 30 Aportes patronales	69
CUADRO N° 31 Precio de ataúdes de primera clase	77
CUADRO N° 32 Precio de ataúdes de segunda y tercera clase	79
CUADRO N° 33 Descripción y costo que se requiere para producir el servicio	80
CUADRO N° 34 Costos fijos	82
CUADRO N° 35 Costos variables para el paquete “A”	83
CUADRO N° 36 Costos variables para el paquete “B”	84
CUADRO N° 37 Costos variables para el paquete “C”	85
CUADRO N° 38 Gastos administrativos	86
CUADRO N° 39 Inventario inicial.....	89
CUADRO N° 40 Proyecciones de ventas	91
CUADRO N° 41 Estructura de la inversión	98
CUADRO N° 42 Financiamiento Interno	99
CUADRO N° 43 Fondo de reserva.....	104
CUADRO N° 44 Determinación de las utilidades para cada socio	104



ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
GRÁFICO N° 1 Percepción de la importancia que tienen las personas sobre las funerarias.....	36
GRÁFICO N° 2 Conocimiento de las personas acerca de los servicios que brindan las diferentes funerarias	37
GRÁFICO N° 3 Lo que les gustó del servicio funeral a las personas encuestadas	39
GRÁFICO N° 4 Lo que les desagradó del servicio funeral a las personas encuestadas	40
GRÁFICO N° 5 Personas que dejarían o no el servicio a profesionales	41
GRÁFICO N° 6 Factores que considera la gente importante al momento de adquirir un servicio funeral	43
GRÁFICO N° 7 Aspectos considerados para la compra de un ataúd	44
GRÁFICO N° 8 Opinión sobre el servicio del plan de previsión.....	45
GRÁFICO N° 9 Nuevas alternativas para incorporar al servicio funeral	47
GRÁFICO N° 10 Medios de comunicación que prefieren las personas	48
GRÁFICO N° 11 Ingresos que perciben las personas en estudio.....	49



ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
FIGURAS N° 1 Canal de distribución	54
FIGURAS N° 2 Organigrama de la empresa.....	59
FIGURAS N° 3 Plano del salón.....	75