



**3.- ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN ESTRATEGICA DE LA MICROEMPRESA.**

3.1.- ¿Cuál es la misión de la microempresa? (Propósito u Objeto).

.....  
.....  
.....

3.2.- ¿Cuál es la visión de la microempresa? (Aspiración respecto a la microempresa).

.....  
.....  
.....

3.3.- ¿Se han trazado objetivos?                                    Sí                    No

3.3.1.- ¿Cuales son?

1.....  
2.....  
3.....  
4.....  
5.....

3.4.- ¿Se planifican estrategias?    Sí                    No

3.4.1.- ¿Cuáles son?

1.....  
2.....  
3.....  
4.....  
5.....

3.5.- ¿Se han trazado políticas y reglas que normen el funcionamiento de la microempresa?;    Sí.....No.....

3.5.1.- ¿Son Formales, es decir se encuentran plasmadas en algún documento o reglamento interno?;    Sí.....No.....

3.5.2.- ¿Por qué medio se las comunica?

Escrito.....Verbal.....Ambos.....

3.5.3.- ¿Cuáles son?

Políticas:

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

Reglas:

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

3.6.- ¿Quién y como se toman las decisiones?

- .....
- .....
- .....

3.7.- ¿Existe delegación de funciones y en que circunstancias?

- .....
- .....
- .....

3.8.- ¿ Que instrumentos de control se utilizan?

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

3.9.- ¿Existe se escucha el espíritu de iniciativa de los empleados?; Sí.....No.....

- .....

3.10.- ¿Considera información externa para la toma de decisiones?; Sí..... No.....

3.10.1.- ¿De que tipo?

.....  
.....  
.....

3.11.- ¿Controla el crecimiento de la microempresa y que parámetros utiliza?

.....  
.....  
.....

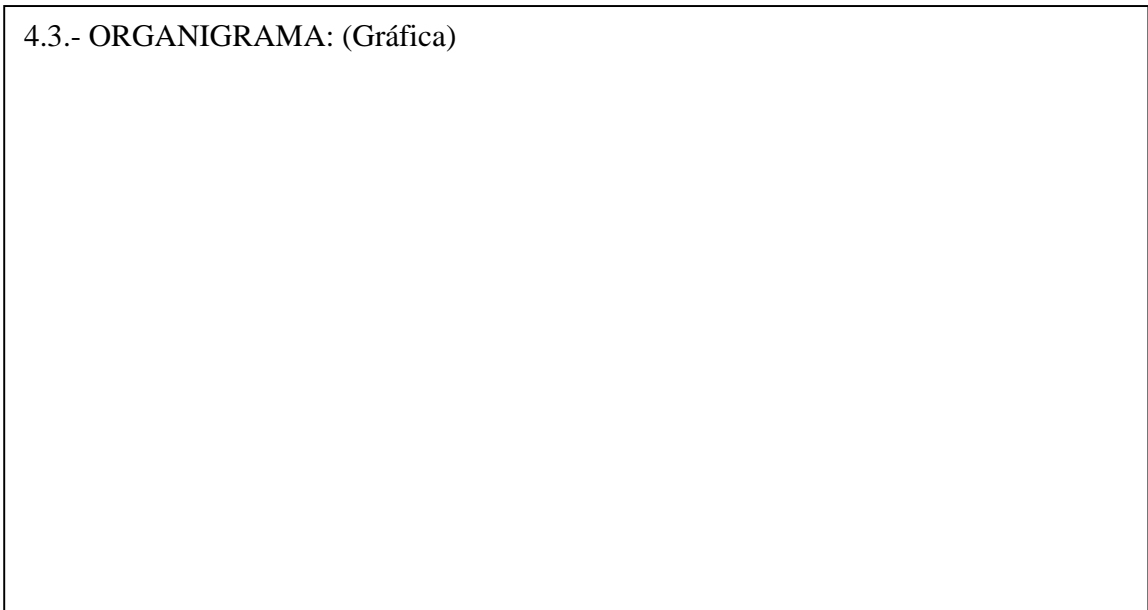
4.- ORGANIZACIÓN.

4.1.- ¿La microempresa posee un manual de funciones?; Sí.....No.....

4.1.1.- ¿Cómo se comunican las funciones?; Escritas..... Verbal.....

4.2.- ¿La microempresa posee un reglamento interno?; Sí.....No.....

4.3.- ORGANIGRAMA: (Gráfica)



4.4.- ¿Existe un sistema de información?; Sí..... No.....

4.4.1.- ¿Cómo es el manejo de la información?

Ascendente:.....

.....

Descendente:.....

.....

5.- RECURSO HUMANO.

5.1.- ¿Qué métodos se emplea para seleccionar al personal de nuevo ingreso?

- a) Entrevista personal; Sí..... No.....
- b) Exámenes de prueba; Sí..... No.....
- c) Recomendación; Sí..... No.....
- d) Relación Familiar; Sí..... No.....

5.2.- ¿Qué Tipos de contratación de personal se emplean mas?

- a) Contrato individual; Sí..... No.....
- b) Contrato por obra. ; Sí..... No.....
- c) Contrato por temporada; Sí..... No.....

5.3.- ¿Qué tipo de registros de control de recurso humano se emplea?

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

5.4.- ¿Existe rotación de personal?

.....

.....

5.5.- ¿Existe un programa de capacitación del personal?; Sí..... No.....

5.6.- ¿Se emplean métodos o actividades para motivar al personal?

.....

.....

.....

5.7.- ¿Existe una política de incentivos?

.....  
.....  
.....

6.- FINANZAS.

6.1.- ¿Cuenta con estados y registros contables?

.....  
.....  
.....

6.2.- ¿Efectúa calculo de indicadores financieros, en base a los estados financieros de la microempresa?

.....  
.....  
.....

6.3.- ¿Posee un sistema contable interno?; Sí ..... No .....

6.4.- ¿Realiza registros de sus, ingresos, gastos y costos?

- a) Ingresos; Sí..... No.....
- b) Gastos; Sí..... No.....
- c) Costos; Sí..... No.....

6.4.1.-

Como:.....  
.....

(ANEXO N° 2)

**FUNERARIA EMMANUEL**

*Tarija - Bolivia*

## BALANCE GENERAL

Al 31 de Diciembre de 2006

( Expresado en Bolivianos )

ACTIVOS	2005	%	PASIVOS	2005	%
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>33.604,38</b>	<b>65,35</b>	<b>PASIVO CIRCULANTE</b>	<b>4.618,98</b>	<b>8,98</b>
Caja	18.457,38	35,90	Impuesto a las Trans.	65,00	0,13
Inventario de Merccd.	14.980,00	29,13	IUE por Pagar	150,00	0,29
Crédito Fiscal IVA	137,00	0,27	Cuenta por Pagar	4.403,96	8,56
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>17.815,21</b>	<b>34,65</b>	<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>26.423,79</b>	<b>51,39</b>
			Documento Por Pagar	26.423,79	51,39
			<b>CAPITAL</b>	<b>20.376,83</b>	<b>39,63</b>
Vehículo	1.723,90	3,35	Capital Social	18.700,00	36,37
Maq. y Equipo	6.043,13	11,75	Ajuste Global al Patrim.	4.872,68	9,48
Acciones Telefónicas	9.898,18	19,25	Resultados acum..	(3.797,19)	(7,38)
I T Anticipado	150,00	0,29	Utilidad de la Gestión	601,34	1,17
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>51.419,59</b>	<b>100</b>	<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>51.419,59</b>	<b>100</b>

(ANEXO N° 3)

UNIVERSIDAD "AUTÓOMA JUAN MISAEL SARACHO".  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS.  
CARRERA DE ECONOMÍA

N° DE ENCUESTA

ENCUESTA AL PÚBLICO

Los datos que se obtendrán en la presente encuesta, son para fines netamente académicos (Tesis), le ruego por favor me colabore en su llenado.

1.- ¿Según su percepción, me podría mencionar cual es la funeraria mas importante en la ciudad de Tarija? Y ¿Por qué?

.....  
.....  
.....

2.- ¿Para la elección de un ataúd Ud. busca?

- a) Economía.....
- b) Calidad.....
- c) Diseño.....

3.- ¿Sabe Ud. acerca de los diferentes servicios que brindan las funerarias?

- a) Sí
- b) No

4.- ¿Conoce la existencia de la funeraria Emmanuel?

- a) Sí
- b) No

- Si, su respuesta es negativa (No), favor pase a la pregunta N° 11.

5.- ¿A través de que medios se entero de la existencia de la funeraria Emmanuel?

- a) Radio.....
- b) Televisión.....
- c) Prensa escrita.....

d) Otro:.....

6.- ¿Le gustaría que se brinde una política de ahorro sistemático para una posterior adquisición de un ataúd en la funeraria?

- a) Sí
- b) No



7.- ¿Alguna vez adquirió algún producto y/o servicio de la funeraria Emmanuel?

a) Sí  b) No

- Si, su respuesta es negativa (No), favor pase a la pregunta N° 11.

8.- ¿Qué tipo de producto?

a) Cruces.....

b) Ataúd.....

c) Otros:.....

9.- ¿Qué opinión le merece, en cuanto a la calidad y diseño del producto?

a) Buena  b) Regular  c) Mala

10.- ¿En cuanto al precio?

a) Caro  b) accesible  c) Barato

11.- ¿Qué importancia tiene para usted los siguientes factores, en su decisión de compra?, de acuerdo a su criterio de calificación, dentro de las casillas de importancia de cada factor marque con una X donde Ud. crea conveniente.

FACTORES	IMPORTANCIA DEL FACTOR				
	Extremadamente importante.	Muy importante.	Importante en alguna medida.	No muy importante.	En absoluto poco importante.
- El precio. - La calidad. - El diseño. - Servicio completo. - Atención cordial y rápida. - Fácil ubicación. - Políticas de Crédito.					

12.- Para informarse con mayor frecuencia recurre a la:

a) Televisión.....

b) Radio.....

c) Periódico.....

13.- ¿Cuál es el medio televisivo de su preferencia, horario que más sintoniza (mañana, medio día, tarde o noche) y programación que ve (Noticiero informativo, noticiero deportivo, películas, novelas, etc.)?

.....  
.....

14.- ¿Cuál es la radioemisora de su preferencia, horario que sintoniza y programación que escucha?

.....  
.....

15.- ¿En general que sugerencia, daría usted para mejorar el servicio y producto funerario?

.....  
.....

*Gracias por su colaboración.....*

(ANEXO N° 3.1)

¿Según su percepción, me podría mencionar cual es la funeraria más importante en la ciudad de Tarija? Y ¿Por qué?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Valdez	36	29,75	29,75	29,75
	Virgen de Fátima	16	13,22	13,22	42,98
	San Roque	6	4,96	4,96	47,93
	No Responde	18	14,88	14,88	62,81
	Los Ángeles	17	14,05	14,05	76,86
	San Juan	9	7,44	7,44	84,30
	Emmanuel	13	10,74	10,74	95,04
	Paniagua	6	4,96	4,96	100
	Total	121	100	100	

¿Para la elección de un ataúd UD busca?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Economía	52	43,0	43,0	43,0
	Calidad	6	5,0	5,0	47,9
	Diseño	9	7,4	7,4	55,4
	Economía y Calidad	18	14,9	14,9	70,2
	Economía y Diseño	18	14,9	14,9	85,1
	No Responde	18	14,9	14,9	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

¿Sabe UD. acerca de los diferentes servicios que brindan las funerarias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	39	32,2	32,2	32,2
	No	64	52,9	52,9	85,1
	No responde	18	14,9	14,9	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

¿Conoce la existencia de la funeraria Emmanuel?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	56	46,3	46,3	46,3
	No	47	38,8	38,8	85,1
	No Responde	18	14,9	14,9	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿A través de que medios se enteró de la existencia de la funeraria Emmanuel?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Radio	6	5,0	5,0	5,0
	Televisión	14	11,6	11,6	16,5
	Radio y Televisión	16	13,2	13,2	29,8
	Otros	20	16,5	16,5	46,3
	No Responde	65	53,7	53,7	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿Le gustaría que se brinde una política de ahorro sistemático para una posterior adquisición de un ataúd en la funeraria?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	56	46,3	46,3	46,3
	No Responde	65	53,7	53,7	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿Alguna vez adquirió algún producto y/o servicio de la funeraria Emmanuel?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	22	18,2	18,2	18,2
	No	34	28,1	28,1	46,3
	No Responde	65	53,7	53,7	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿Que tipo de producto?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cruces	3	2,5	2,5	2,5
	Ataúd	11	9,1	9,1	11,6
	Otros	8	6,6	6,6	18,2
	No Responde	99	81,8	81,8	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿Que opinión le merece, en cuanto a la calidad y diseño del producto?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Buena	19	15,7	15,7	15,7
	Regular	3	2,5	2,5	18,2
	No Responde	99	81,8	81,8	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿En cuanto al precio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Accesible	22	18,2	18,2	18,2
	No Responde	99	81,8	81,8	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿Para Ud. el precio en su decisión de compra es?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Extremadamente importante	19	15,7	15,7	15,7
	Muy importante	78	64,5	64,5	80,2
	Importante en alguna medida	6	5,0	5,0	85,1
	No Responde	18	14,9	14,9	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿Para Ud. la calidad en su decisión de compra es?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Extremadamente importante	6	5,0	5,0	5,0
	Muy importante	74	61,2	61,2	66,1
	Importante en alguna medida	23	19,0	19,0	85,1
	No Responde	18	14,9	14,9	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿Para Ud. el diseño en su decisión juega un rol?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Extremadamente importante	6	5,0	5,0	5,0
	Muy importante	68	56,2	56,2	61,2
	Importante en alguna medida	21	17,4	17,4	78,5
	No muy importante	8	6,6	6,6	85,1
	No Responde	18	14,9	14,9	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿Para Ud. un servicio completo en su decisión de compra es?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Extremadamente importante	18	14,9	14,9	14,9
	Muy importante	82	67,8	67,8	82,6
	No muy importante	3	2,5	2,5	85,1
	No Responde	18	14,9	14,9	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿Para Ud. la atención cordial y rápida es?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Extremadamente importante	18	14,9	14,9	14,9
	Muy importante	85	70,2	70,2	85,1
	No Responde	18	14,9	14,9	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿Para Ud. el crédito en su decisión de compra es?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Extremadamente importantes	25	20,7	20,7	20,7
	Muy importante	78	64,5	64,5	85,1
	No Responde	18	14,9	14,9	100,0
	Total	121	100,0	100,0	

**¿Cuál es el canal televisivo de su preferencia?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Canal 7	2	1,65	1,65	1,65
	Canal 4	6	4,96	4,96	6,61
	Canal 2	4	3,31	3,31	9,92
	Canal 9	10	8,26	8,26	18,18
	Canal 11	17	14,05	14,05	32,23
	Canal 13	40	33,06	33,06	65,29
	Canal 15	15	12,40	12,40	77,69
	Canal 27	3	2,48	2,48	80,17
	Canal 30	20	16,53	16,53	96,69
	Canal 42	4	3,31	3,31	100
	Total	121	100	100	

¿En que horarios generalmente los ve?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Validos	6:00-8:00	3	2,48	2,48	2,48
	8:00-10:00	7	5,79	5,79	8,26
	10:00-12:00	4	3,31	3,31	11,57
	12:00-14:00	35	28,93	28,93	40,50
	14:00-16:00	5	4,13	4,13	44,63
	16:00-18:00	4	3,31	3,31	47,93
	18:00-20:00	15	12,40	12,40	60,33
	20:00-22:00	41	33,88	33,88	94,21
	22:00-24:00	7	5,79	5,79	100
	Total	121	100	100	

¿Cuál es la radioemisora de su preferencia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Validos	Horizonte	10	8,26	8,26	8,26
	Luis de Fuentes	5	4,13	4,13	12,40
	Tarija	3	2,48	2,48	14,88
	Libertad	8	6,61	6,61	21,49
	Arco Iris	4	3,31	3,31	24,79
	Gente	7	5,79	5,79	30,58
	Tropical	11	9,09	9,09	39,67
	Guadalquivir	8	6,61	6,61	46,28
	Fides	39	32,23	32,23	78,51
	Global	10	8,26	8,26	86,78
	Atlántida	5	4,13	4,13	90,91
	América	4	3,31	3,31	94,21
	Bananas	7	5,79	5,79	100
		121	100	100	

¿En que horarios generalmente las sintoniza?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Validos	6:00-8:00	20	16,53	16,53	16,53
	8:00-10:00	21	17,36	17,36	33,88
	10:00-12:00	15	12,40	12,40	46,28
	12:00-14:00	16	13,22	13,22	59,50
	14:00-16:00	5	4,13	4,13	63,64
	16:00-18:00	15	12,40	12,40	76,03
	18:00-20:00	12	9,92	9,92	85,95
	20:00-22:00	13	10,74	10,74	96,69
	22:00-24:00	4	3,31	3,31	100
		121	100	100	

**(ANEXO N° 4)**  
**PRESUPUESTOS**

**ANEXO 4.1**

**PRESUPUESTO DE PERSONAL.**

<b>ITEM</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>BENEFICIOS SOCIALES (25%)</b>	<b>LIQUIDO PAGABLE (EN Bs.)</b>	<b>SALARIO MES (EN Bs.)</b>	<b>TOTAL AÑO (EN Bs.)</b>
Administrador	1	375,00	1.125,00	1.500,00	18.000,00
<b>TOTAL</b>					<b>18.000,00</b>

**PRESUPUESTO PUBLICACION DE CONVOCATORIA.**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD (DÍAS)</b>	<b>P/U POR DÍA (EN Bs.)</b>	<b>MONTO MES (EN Bs.)</b>
Periódico "El País"	3 días (lunes, miércoles, y viernes.)	30	90,00
<b>TOTAL</b>			<b>90,00</b>

**ANEXO 4.2**

**PRESUPUESTO MANUAL DE FUNCIONES.**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P/U (EN Bs.)</b>	<b>TOTAL (EN Bs.)</b>
- Fotocopias.	20 Hojas	0,20	4,00
- Impresión.	120 Hojas	1,50	120,00
- Empastado.	2 Ejemplares	30,00	60,00
- Otros Gastos.	---	---	6,00
<b>TOTAL</b>			<b>250,00</b>



### ANEXO 4.3

#### PRESUPUESTO ESTATUTO DE REGLAMENTACIÓN INTERNA.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U (EN Bs.)	TOTAL (EN Bs.)
- Impresión.	120 Hojas	1,50	120,00
- Empastado.	2 Ejemplares	30,00	60,00
- Otros Gastos.	---	---	10,00
<b>TOTAL</b>			<b>250,00</b>

### ANEXO 4.4

#### PRESUPUESTO: ACTIVIDAD N° 1

Corresponde a la reubicación:

El costo de transporte de maquinaria desde la actual ubicación del taller hasta las nuevas instalaciones del taller en la zona de Morros Blancos, según cotización de la empresa de transporte urbano “6 de Agosto” es de 1.500,00 Bs.

### ANEXO 4.5

#### PRESUPUESTO: ACTIVIDAD N° 2

El presupuesto destinado para el mantenimiento y reparación de la maquinaria asciende a 1.300 Bs. anuales, desglosados en 300 para mantenimiento y 1.000 para reparaciones si las hubiese.

### ANEXO 4.6

#### PRESUPUESTO: ACTIVIDAD N° 3

DESCRIPCIÓN	Nº DE PERSONAS	PRECIO UNITARIO	TOTAL COSTO DEL CURSO POR SEMESTRE	TOTAL COSTO ANUAL (EN Bs)
Capacitación INFOCAL	2	250	500	1.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>1000,00</b>

**ANEXO 4.7****PRESUPUESTO: ACTIVIDAD N° 1****PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD PARA UNA GESTIÓN****ALTERNATIVA 1: RADIO FIDES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	MONTO MENSUAL (EN Bs.)	MONTO TOTAL ANUAL (EN Bs)
FIDES	6 pases día.	2.5	450	5.400,00
<b>TOTAL</b>				<b>5.400,00</b>

**ALTERNATIVA 2: RADIO LIBERTAD.**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	MONTO MENSUAL (EN Bs.)	MONTO TOTAL ANUAL (EN Bs)
Tropical FM	4 pases día.	2.00	360	4320,00
<b>TOTAL</b>				<b>4.320,00</b>

**ANEXO 4.8****PRESUPUESTO DE LA SUCURSAL: ACTIVIDAD N° 2.**

ITEM	CANTIDAD	BENEFICIOS SOCIALES (25%)	LIQUIDO PAGABLE (EN Bs.)	PRECIO UNITARIO MENSUAL (EN Bs.)	MONTO TOTAL ANUAL (EN Bs.)
Personal.	1	200,00	600,00	800,00	9.600,00
Alquiler de local	1			800,00	9.600,00
Otros Gastos	--			30	360,00
<b>TOTAL</b>					<b>19560,00</b>

**Presupuesto en adquisición de muebles y enseres.**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO (EN Bs.)</b>	<b>TOTAL En Bs.</b>
Escritorio	1	400,00	400,00
Sillas	3	60,00	180,00
<b>TOTAL</b>			<b>580,00</b>

**ANEXO 4.9**

**PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN: ACTIVIDAD N° 3**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO (EN Bs)</b>	<b>MONTO TOTAL ANUAL (EN Bs)</b>
Trípticos	2.000	0,50	1000,00
Llaveros	1.000	3,00	3000,00
Personal de Prom.	4	400,00	1.600,00
<b>TOTAL</b>			<b>5.600,00</b>

**ANEXO 4.10**

**PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN: ACTIVIDAD N° 4**

<b>N° DE VISITAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO (EN Bs)</b>	<b>MONTO TOTAL ANUAL (EN Bs)</b>
<b>4</b>	Trípticos	100 trípticos	0,50	50,00
	Folletos	100 Folletos	0,30	30,00
	Otros Gastos	4 Visitas.	15	60
	<b>TOTAL</b>			<b>140,00</b>

**ANEXO 4.11**

**PRESUPUESTO: ACTIVIDAD N° 1**

**SISTEMA CONTABLE INTERNO.**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P/U (EN Bs.)</b>	<b>TOTAL (EN Bs.)</b>
- Impresión.	120 Hojas	1,50	120,00
- Empastado.	2 Ejemplares	30,00	60,00
- Otros Gastos.	---	---	10,00
<b>TOTAL</b>			<b>250,00</b>



- 4.....
- 5.....
- 6.....
- 7.....

Gracias por su colaboración.....