

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”



FACULTAD DE INGENIERÍA

“CENTRAL PAZ”

**SERVICIOS FUNERARIOS INTEGRALES PARA EL PUBLICO
EN GENERAL EN LA PROVINCIA DE HUANCAYO CON
IMPACTO POSITIVO EN EL DESARROLLO DE LA
ECONOMÍA LOCAL**

DOCENTE:

JOSE LUIS IGNACIO UBALDO

SECCIÓN:

ASUC-00472-11254-201920

AÑO:

2019

HUANCAYO

DATOS DEL EQUIPO DE TRABAJO

APELLIDOS Y NOMBRES	CÓDIGO	CARRERA PROFESIONAL	EDAD	DNI	DOMICILIO	CELULAR	CORREO ELECTRÓNICO
Carrillo Vilca Josué Saúl	71948972	Ingeniería Industrial	21	71948972	Av. Fidel Miranda 481 sapallanaga	998710098	71948972@continental.edu.pe
Huamán Vila Leydy	75215236	Ingeniería Empresarial	20	75215236	Jn Antonio raimondy 205	982152696	75215236@continental.edu.pe
Maravi de la Cruz Daniela Mónica	70292343	Ingeniería Empresarial	20	70292343	Calle Jose Olaya #509	946445012	70292343@continental.edu.pe
Paucar Veliz Rossy Sella	71742501	Ingeniería Empresarial	21	71742501	Av. Tupc Amaru #280	936354821	71742501@continental.edu.pe
Segovia Lazo Francisco	73144550	Ingeniería de Sistema	20	73144550	Jr junin 777 Huancayo	977828132	73144550@continental.edu.pe
Vásquez Esteban Gianfranco Jhonny	70177833	Ingeniería Civil	21	70177833	Av. San Carlos 2009	962904787	70177833@continental.edu.pe

CARTAS DE COMPROMISO
INICIATIVA EMPRESARIAL 2019 - 20
CARTA DE COMPROMISO PARA EL DESARROLLO DEL
PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL

Yo, CARRILO VILCA JOSE SAUL estudiante del curso de Iniciativa Empresarial de la carrera de ING. INDUSTRIAL. Identificado con código de estudiante N° 71948972 y domiciliado en Av. Fidel miranda 481 sapallanga me comprometo a respetar y asumir los siguientes compromisos para el desarrollo del plan de iniciativa empresarial denominado: “Central Paz- Servicios Integrados Funerarios.”

De los Compromisos:

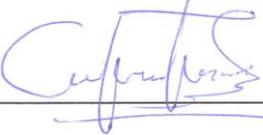
1. Formar un grupo con la madurez y responsabilidad del caso (entre 2 y 5 integrantes) que coincidan en horarios para reuniones de trabajo, excepcionalmente se permitirá trabajos individuales.
2. Aportar al grupo significativamente y comprometerme al cumplimiento de las metas y trabajos.
3. Aportar de manera equitativa en los gastos que involucre el trabajo.
4. Resolver los problemas internos del equipo de trabajo sin llegar a la violencia física o verbal.
5. En la redacción del plan de iniciativa empresarial se deberá registrar las fuentes de los datos utilizando la metodología APA.

De las Penalidades:

1. El estudiante que se retira o es retirado de un equipo de trabajo pierde su inversión y será desaprobado automáticamente de la evaluación correspondiente (exposición del capítulo I, capítulo II, capítulo II, capítulo IV y exposición del capítulo V, según sea el caso).

De los casos especiales:

1. Los estudiantes que deseen hacer el trabajo individualmente, pueden hacerlo asumiendo todos los compromisos anteriores y teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.
2. Los aspectos no contemplados en la presente será consultado y definido por el docente de aula





Nombres y apellidos: CARRILO VILCA JOSUE
Código de estudiante: 71948972
Carrera profesional: ING. INDUSTRIAL
Plan de iniciativa empresarial: “Central Paz- Servicios Integrados Funerarios.”

INICIATIVA EMPRESARIAL 2019 - 20
CARTA DE COMPROMISO PARA EL DESARROLLO DEL
PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL

Yo HUAMAN VILA LEYDY estudiante del curso de Iniciativa Empresarial de la carrera de ING. EMPRESARIAL identificado con código de estudiante N° 75215236 y domiciliado en Jn. Antonio Raimondi 205, me comprometo a respetar y asumir los siguientes compromisos para el desarrollo del plan de iniciativa empresarial denominado: “Central Paz- Servicios Integrados Funerarios.”

De los Compromisos:

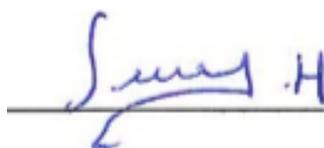
6. Formar un grupo con la madurez y responsabilidad del caso (entre 2 y 5 integrantes) que coincidan en horarios para reuniones de trabajo, excepcionalmente se permitirá trabajos individuales.
7. Aportar al grupo significativamente y comprometerme al cumplimiento de las metas y trabajos.
8. Aportar de manera equitativa en los gastos que involucre el trabajo.
9. Resolver los problemas internos del equipo de trabajo sin llegar a la violencia física o verbal.
10. En la redacción del plan de iniciativa empresarial se deberá registrar las fuentes de los datos utilizando la metodología APA.

De las Penalidades:

2. El estudiante que se retira o es retirado de un equipo de trabajo pierde su inversión y será desaprobado automáticamente de la evaluación correspondiente (exposición del capítulo I, capítulo II, capítulo II, capítulo IV y exposición del capítulo V, según sea el caso).

De los casos especiales:

3. Los estudiantes que deseen hacer el trabajo individualmente, pueden hacerlo asumiendo todos los compromisos anteriores y teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.
4. Los aspectos no contemplados en la presente será consultado y definido por el docente de aula.



Nombres y apellidos: Huamán Vila Leydy

Código de estudiante:75215236

Carrera profesional: Ing . Empresarial

Plan de iniciativa empresarial: Central Paz- Servicios integrados funerarios.



Huella

CARTA DE COMPROMISO PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL

Yo, Daniela Monica Maravi de la Cruz estudiante del curso de Iniciativa Empresarial de la carrera de Ingeniería Empresarial identificado con código de estudiante N° 70292343 y domiciliado en Calle Jose Olaya n° 509 me comprometo a respetar y asumir los siguientes compromisos para el desarrollo del plan de iniciativa empresarial denominado: “ Central Paz, servicios funerales integrales”

De los Compromisos:

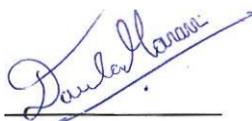
11. Formar un grupo con la madurez y responsabilidad del caso (entre 2 y 5 integrantes) que coincidan en horarios para reuniones de trabajo, excepcionalmente se permitirá trabajos individuales.
12. Aportar al grupo significativamente y comprometerme al cumplimiento de las metas y trabajos.
13. Aportar de manera equitativa en los gastos que involucre el trabajo.
14. Resolver los problemas internos del equipo de trabajo sin llegar a la violencia física o verbal.
15. En la redacción del plan de iniciativa empresarial se deberá registrar las fuentes de los datos utilizando la metodología APA.

De las Penalidades:

3. El estudiante que se retira o es retirado de un equipo de trabajo pierde su inversión y será desaprobado automáticamente de la evaluación correspondiente (exposición del capítulo I, capítulo II, capítulo II, capítulo IV y exposición del capítulo V, según sea el caso).

De los casos especiales:

5. Los estudiantes que deseen hacer el trabajo individualmente, pueden hacerlo asumiendo todos los compromisos anteriores y teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.
6. Los aspectos no contemplados en la presente será consultado y definido por el docente de aula.



Nombres y apellidos: Daniela Monica Maravi de la Cruz

Huella

Código de estudiante: 70292343

Carrera profesional: Ingeniería Empresarial

Plan de iniciativa empresarial: “Central Paz, servicios funerales integrales”

**INICIATIVA EMPRESARIAL 2019 - 20
CARTA DE COMPROMISO PARA EL DESARROLLO DEL
PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL**

Yo PAUCAR VELIZ Rossy Sella estudiante del curso de Iniciativa Empresarial de la carrera de ING. EMPRESARIAL identificado con código de estudiante N°71742501 y domiciliado en Av. Tupac Amaru #280 , me comprometo a respetar y asumir los siguientes compromisos para el desarrollo del plan de iniciativa empresarial denominado: “Central Paz- Servicios Integrados Funerarios.”

De los Compromisos:

16. Formar un grupo con la madurez y responsabilidad del caso (entre 2 y 5 integrantes) que coincidan en horarios para reuniones de trabajo, excepcionalmente se permitirá trabajos individuales.
17. Aportar al grupo significativamente y comprometerme al cumplimiento de las metas y trabajos.
18. Aportar de manera equitativa en los gastos que involucre el trabajo.
19. Resolver los problemas internos del equipo de trabajo sin llegar a la violencia física o verbal.
20. En la redacción del plan de iniciativa empresarial se deberá registrar las fuentes de los datos utilizando la metodología APA.

De las Penalidades:

4. El estudiante que se retira o es retirado de un equipo de trabajo pierde su inversión y será desaprobado automáticamente de la evaluación correspondiente (exposición del capítulo I, capítulo II, capítulo II, capítulo IV y exposición del capítulo V, según sea el caso).

De los casos especiales:

7. Los estudiantes que deseen hacer el trabajo individualmente, pueden hacerlo asumiendo todos los compromisos anteriores y teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.
8. Los aspectos no contemplados en la presente será consultado y definido por el docente de aula.



Nombres y apellidos : PAUCAR VELIZ ROSSY SELLA
Código de estudiante : 71742501
Carrera profesional : Ing . Empresarial
Plan de iniciativa empresarial: Central Paz- Servicios integrados funerarios.

INICIATIVA EMPRESARIAL 2019 - 20
CARTA DE COMPROMISO PARA EL DESARROLLO DEL
PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL

Yo SEGOVIA LAZO FRANCISCO estudiante del curso de Iniciativa Empresarial de la carrera de ING. DE SISTEMAS E INFORMÁTICA identificado con código de estudiante N° 73144550 y domiciliado en Jr Junín 777 Huancayo, me comprometo a respetar y asumir los siguientes compromisos para el desarrollo del plan de iniciativa empresarial denominado: “Central Paz- Servicios Integrados Funerarios.”

De los Compromisos:

21. Formar un grupo con la madurez y responsabilidad del caso (entre 2 y 5 integrantes) que coincidan en horarios para reuniones de trabajo, excepcionalmente se permitirá trabajos individuales.
22. Aportar al grupo significativamente y comprometerme al cumplimiento de las metas y trabajos.
23. Aportar de manera equitativa en los gastos que involucre el trabajo.
24. Resolver los problemas internos del equipo de trabajo sin llegar a la violencia física o verbal.
25. En la redacción del plan de iniciativa empresarial se deberá registrar las fuentes de los datos utilizando la metodología APA.

De las Penalidades:

5. El estudiante que se retira o es retirado de un equipo de trabajo pierde su inversión y será desaprobado automáticamente de la evaluación correspondiente (exposición del capítulo I, capítulo II, capítulo II, capítulo IV y exposición del capítulo V, según sea el caso).

De los casos especiales:

9. Los estudiantes que deseen hacer el trabajo individualmente, pueden hacerlo asumiendo todos los compromisos anteriores y teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.
10. Los aspectos no contemplados en la presente será consultado y definido por el docente de aula.



Segovia Lazo Francisco
DNI: 73144550



Nombres y apellidos: Segovia Lazo Francisco

Huella

Código de estudiante: 73144550

Carrera profesional: Ing. Sistemas e Informática

Plan de iniciativa empresarial: Central Paz- Servicios integrados funerarios.

Huella

**INICIATIVA EMPRESARIAL 2019 - 20
CARTA DE COMPROMISO PARA EL DESARROLLO DEL
PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL**

Yo, Gianfranco Jhonny Vásquez Esteban estudiante del curso de Iniciativa Empresarial de la carrera de Ingeniería Civil identificado con código de estudiante N° 70177833 y domiciliado en Av. San Carlos 2009 me comprometo a respetar y asumir los siguientes compromisos para el desarrollo del plan de iniciativa empresarial denominado: “Central Paz, servicios funerales integrales”

De los Compromisos:

26. Formar un grupo con la madurez y responsabilidad del caso (entre 2 y 5 integrantes) que coincidan en horarios para reuniones de trabajo, excepcionalmente se permitirá trabajos individuales.
27. Aportar al grupo significativamente y comprometerme al cumplimiento de las metas y trabajos.
28. Aportar de manera equitativa en los gastos que involucre el trabajo.
29. Resolver los problemas internos del equipo de trabajo sin llegar a la violencia física o verbal.
30. En la redacción del plan de iniciativa empresarial se deberá registrar las fuentes de los datos utilizando la metodología APA.

De las Penalidades:

6. El estudiante que se retira o es retirado de un equipo de trabajo pierde su inversión y será desaprobado automáticamente de la evaluación correspondiente (exposición del capítulo I, capítulo II, capítulo II, capítulo IV y exposición del capítulo V, según sea el caso).

De los casos especiales:

11. Los estudiantes que deseen hacer el trabajo individualmente, pueden hacerlo asumiendo todos los compromisos anteriores y teniendo en cuenta la rúbrica de evaluación.
12. Los aspectos no contemplados en la presente serán consultado y definido por el docente de aula.

Nombres y apellidos: Gianfranco Jhonny Vásquez Esteban

Huella

Código de estudiante: 70177833

Carrera profesional: Ingeniería Civil

Plan de iniciativa empresarial: “Central Paz, servicios funerales integrales”



Resumen ejecutivo

En estas últimas décadas se muestra un gran número de pérdidas de seres queridos, sabemos que este hecho es muy doloroso, a tal punto de no saber que acciones tomar en esta situación nosotros planteamos un apoyo emocional y la gestión logística del sepelio.

Gracias a este documento podemos establecer estrategias y conocer muy bien a nuestros clientes, Como empresa deseamos brindar un servicio de calidad y sobre todo personalizado, para que nuestros clientes se sientan cómodos y sobre todo que depositen su confianza en nosotros, deseamos que pasen estos días tranquilos, sin preocupaciones por el bufet, funeraria, florería entre otros.

En este documento identificamos, los factores de nuestro macroentorno y microentorno, así mismo elaboramos un lean canvas para poder bosquejar nuestros posibles aliados, entre otros.

Índice

Lista de tablas	XIII
Lista de figuras	XIV
Capítulo I: Aspectos generales	
1.1. Título del plan de iniciativa empresarial	1
1.2. Descripción de la idea de negocio.....	1
1.3. Características innovadoras y creativas del producto.....	1
1.3.1. Cuadro Lean Canvas.....	3
Capítulo II: Estudio de mercado	
2.1. Análisis de la oferta.....	4
2.1.1. Análisis Foda.....	4
2.2.1.1. Matriz Foda.....	4
2.1.2. Análisis Porter.....	5
2.1.3. Análisis Pestel.....	10
2.1.4. Características comparativas de la competencia.....	16
2.2. Análisis de la demanda.....	20
2.2.1. La segmentación.....	20
2.2.2. Ficha técnica estadística	21
2.2.3. La encuesta	22
2.2.4. Resultados de las encuestas u otros resultados.....	23
2.2.5. Determinación de los mercados	26
2.2.5.1. Mercado potencial	26
2.2.5.2. Mercado disponible	26
2.2.5.3. Mercado objetivo.....	26
2.2.6. Determinación de la demanda	27
2.2.7. Proyección de las ventas a 5 años.....	27
2.3. Análisis de la comercialización.....	28
2.3.1. Estrategias genéricas	28
2.3.2. Marketing mix	28
2.3.2.1. Producto.....	29
2.3.2.2. Plaza.....	30
2.3.2.3. Promoción.....	31
2.3.2.4. Precio	32
2.3.2.5. Personas.....	33
2.3.2.6. Procesos.....	33
2.3.3. Ciclo de vida estratégico del negocio.....	34
Capítulo III: Estudio Técnico Operativo	
3. Estudio técnico-operativo.....	36
3.1. Diseño del servicio.....	36
3.2. Ficha técnica del servicio.....	38
3.3. Proceso productivo.....	39
3.3.1. Diagrama de flujo.....	39

3.3.2. Diagrama de análisis de proceso.....	42
3.3.3. Diagrama de operaciones de proceso.....	43
3.4. Localización	44
3.4.1. Ubicación geográfica.....	44
3.5. Tamaño de planta.....	44
3.5.1. Tamaño del local,	46
3.5.2. Metrajés del local	48
3.5.3. Distribución de local.....	48
3.5.4. Tamaño de producción.....	51
3.5.5. Requerimientos de recursos humanos.....	51
3.5.6. Requerimientos de maquinaria y equipo.....	52

Capítulo IV: Estudio administrativo, legal y organizacional

4.1. Estudio administrativo.....	53
4.1.1. Filosofía empresarial	53
4.2. Aspecto legal.....	55
4.2.1. Clasificación de la empresa.....	55
4.2.2. Marco legal.....	56
4.2.3. Formalización.....	57
4.2.3.1. Formalización registral.....	57
4.2.3.2. Formalización tributaria (régimen tributario).....	58
4.2.3.3. Formalización laboral (régimen laboral).....	58
4.2.3.4. Formalización municipal.....	59
4.2.3.5. Formalización sectorial	59
4.2.4. Organización empresarial.....	59
4.2.5. Presupuesto formalización).....	60

Capítulo V estudio económico

5.1. Cuadro de inversión inicial	61
5.1.1. Interpretación del cuadro de inversión inicial	61
5.2. Depreciación, amortización.....	62
5.2.1. Interpretación de la depreciación y la amortización	62
5.3. Costos fijos y variables por mes y año.....	64
5.3.1. Interpretación de los costos fijos y variables	68
5.4. Proyección de ventas mes y año.....	68
5.4.1. Interpretación de la proyección de ventas	68
5.5. Punto de equilibrio.....	68
5.5.1. Interpretación del punto de equilibrio	70
5.6. Flujo de caja económico.....	71
5.6.1. Interpretación del flujo de caja económico	73
5.7. Indicadores de rentabilidad	73
5.7.1. Vane y su interpretación	73
5.7.2. Tire y su interpretación.....	73
5.7.3. Beneficio / costo y su interpretación.....	73
5.7.4. Periodo de recupero y su interpretación.....	74

6. Conclusiones.....	74
7. Sugerencias.....	74
8. Bibliografía utilizada	75
9. Anexos.....	76

Lista de Tablas

Tabla 1 Análisis Foda.....	4
Tabla 2 Amenaza de nuevos competidores	5
Tabla 3 Poder de negociación de los proveedores.....	6
Tabla 4 Amenaza de productos y servicios sustitutos	7
Tabla 5 Poder de negociación de los clientes	8
Tabla 6 Análisis Pestel	10
Tabla 7 Matriz del Perfil Competitivo.....	19
Tabla 8 Ficha técnica estadística de segmentación	20
Tabla 9 Determinación de demanda	26
Tabla 10 Resultados de la encuesta.....	27
Tabla 11 Proyección de las ventas anuales.....	27
Tabla 12 Liderazgo en costos	28
Tabla 13 Por diferenciación	28
Tabla 14 Producto	29
Tabla 15 Variables del producto	29
Tabla 16 Distribución selectiva.....	31
Tabla 17 Organización de ventas	31
Tabla 18 Relaciones publicas	32
Tabla 19 Publicidad.....	32
Tabla 20 Precio.....	33
Tabla 21 Ficha técnica	38
Tabla 22 Diagrama de análisis de proceso	42
Tabla 23 Macro ubicación	44
Tabla 24 Micro distribución	45
Tabla 25 Tamaño del local	47
Tabla 26 Metrajes del local	48
Tabla 27 Requerimientos de recursos humanos	51
Tabla 28 Requerimientos de maquinaria y equipo	52
Tabla 29 Indicadores	54
Tabla 30 Clasificación	55
Tabla 31Presupuesto de formalización	59
Tabla 32 Inversión Inicial.....	61
Tabla 33 Depreciación	62
Tabla 34 Amortización.....	63
Tabla 35 Costos fijos.....	64
Tabla 36 Costos variables Delux.....	65
Tabla 37 Costos Variables Premium	66
Tabla 38 Costos Variables Básico	67
Tabla 39 Proyección de ventas.....	68
Tabla 40 Precio de venta Delux	68
Tabla 41 Precio de venta Premium	69
Tabla 42 Precio de venta Básico.....	69
Tabla 43 Punto de equilibrio	69
Tabla 44 Flujo Económico.....	72

Tabla 45 Costo Beneficio	74
Tabla 46 Periodo de recuperación	75

Lista de Ilustraciones

1 Ubicación 1	30
2 Ubicación 2	30
3 Ciclo de vida del producto	34
Ilustración 4 Diagrama de flujo	41
Ilustración 5 Diagrama de operaciones de proceso	43
Ilustración 6 Criterios	49
Ilustración 7 Distribución del local	50
Ilustración 8 Organigrama	59
Ilustración 9 P.E. Delux	70
Ilustración 10 P.E. Premium	70
Ilustración 11 P.E. Básico	71

Capítulo I: Aspectos generales

1.1. Título del plan de iniciativa Empresarial

- Servicios funerarios integrales para el público en general en la provincia de Huancayo con impacto positivo en el desarrollo de la economía local.

1.2. Descripción de la idea de negocio

- La Gestión y Logística del servicio integral funerario brindara un homenaje a la persona fallecida y será de gran soporte a los familiares, para ello tendremos como aliados a funerarias, cementerios, aseguradoras, hospitales, clínicas, entre otras entidades del sector público y privado, nos encargaremos básicamente en gestionar la documentación necesaria para el entierro, el velatorio y otros documentos que se pudieran solicitar, del mismo modo ofreceremos paquetes funerarios, los cuales constan de adornos florales, coronas lo que se pudiera ofrecer de acuerdo al paquete contratado por nuestros clientes, así mismo nuestros servicios tienen una atención de primera ya sean por medios presenciales y virtuales, como por ejemplo nuestras redes sociales, donde nos mantendremos en contacto constantemente con nuestro clientela para dar a conocer nuestros servicios integrales, estamos comprometidos en brindar el mejor servicio a nuestra clientela y brindar una experiencia satisfactoria en los momentos de profundo dolor.

Queremos que nuestros clientes sean cómplices de nuestro trabajo y que sientan confianza, para ello adecuaremos el paquete a su religión que pertenecen.

1.3. Características innovadoras y creativas de la idea de negocio

- Brindamos un servicio completo para temas de funeraria, desde el inicio del fallecimiento hasta el entierro. No conformes nosotros ofrecemos una serie de

paquetes de acuerdo a su estado financiero, así mismo valoramos el tema de sus religiones para poder satisfacer a nuestros clientes.

- Brindamos servicio de asesoría en caso de que el cliente no tenga actividades planeado este suceso doloroso.
- Se constituye una plataforma donde el cliente podrá interactuar de forma directa con nuestros colaboradores.
- Se mantendrá la sepultura en constante cuidado por el primer mes de fallecido(a).

Aliados Clave <ul style="list-style-type: none"> ✚ Funerarias ✚ Cementerios ✚ Essalud ✚ Aseguradoras ✚ Hospitales ✚ Clínicas ✚ Entidades del estado ✚ Empresas del sector privado ✚ Empresas que ofrecen servicio de buffet 	Actividades Clave <ul style="list-style-type: none"> ✚ Gestión en la morgue. ✚ Gestión para el velatorio. ✚ Gestión del traslado y el entierro. ✚ Gestión de documentos inherentes a la defunción de la persona. 	Propuesta de Valor <p>Somos una empresa dedicada al rubro de logística funeraria, ofreciendo servicios integrales y personalizados a través de nuestros paquetes de servicio completo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Se realiza un homenaje al difunto. ✚ Se ofrece adornos y coronas florales dentro de nuestros paquetes. ✚ Ofrecemos un servicio integrado desde un proceso inicial hasta dar el último adiós a la persona difunta. 	Relación con el Cliente <ul style="list-style-type: none"> ✚ Mantener contacto permanente con los clientes a través de las redes sociales ✚ Se tendrá una atención personalizada con empatía ✚ Servicio postventa para ofrecer misas honorosas después del entierro ✚ Aceptar sugerencias al finalizar la prestación del servicio a través de nuestras encuestas de satisfacción ✚ Se brindará el primer mes mantenimiento de nicho 	Segmentos de Clientes <p>Personas mayores de 18 años de la región Junín cuyo nivel socioeconómico está entre B y D.</p>
	Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> ✚ Red de contactos ✚ Página web y redes sociales ✚ Personal encargado y capacitado del traslado del difunto ✚ Base de datos básico ✚ Infraestructura tecnológica 		Canales <ul style="list-style-type: none"> ✚ Se contará con una oficina ubicada cerca del hospital ESSALUD y por el hospital Carrión ✚ Se implementará una página web ✚ También contaremos con páginas en las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter) ✚ Pago por transacción bancaria 	
Estructura de Costes <ul style="list-style-type: none"> ✚ Salario del personal encargado del traslado del difunto. ✚ Costo del combustible de los vehículos. ✚ Costo del mantenimiento de la página web y redes sociales. ✚ Costo del alquiler de los locales ✚ Costo de acondicionamiento de locales ✚ Costo de servicios básicos 		Estructura de Ingresos <ul style="list-style-type: none"> ✚ Venta de paquetes funerarios: se obtendrá ingresos de acuerdo con el paquete que elija o a los servicios que requiera. 		

Figura 0. Modelo Canvas de la idea de negocio.

Fuente propia

2. Estudio de mercado

2.1. Análisis de la oferta

2.1.1. Análisis Foda

Tabla 1 Análisis Foda

F	FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none">▪ Presencia en nuestro mercado (cerca de hospitales).▪ Cultura de nuestra empresa (conocemos bien nuestras tradiciones).▪ Personal capacitado en diferentes áreas.▪ Calidad de gestores.▪ Tenemos capacidad de fomentar la innovación en áreas clave.
O	OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none">▪ Presencia en nuestro mercado (cerca de hospitales).▪ Cultura de nuestra empresa (conocemos bien nuestras tradiciones).▪ Personal capacitado en diferentes áreas.▪ Calidad de gestores.▪ Tenemos capacidad de fomentar la innovación en áreas clave.
D	DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none">▪ No tener capacidad para poder enfrentar a la competencia.▪ No manejar bien las características de nuestra empresa.▪ No hay una dirección estratégica clave.

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aun no contamos con capacitación de nuestro mercado.
A	AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competidores con una estructura de costo menor. ▪ El gobierno puede ser un detonante para que la amenaza se haga aún más fuerte con los impuestos todo eso. ▪ La competencia nos puede aplastar si están en constante innovación y nosotros no.

2.1.2. Análisis Porter

- ✓ Amenaza De Nuevos Competidores: hace referencia a la entrada potencial de nuevos productos y competidores, debemos identificar si las barreras de entrada son fáciles o no acceder por nuevos participantes o competidores, en frente a esto identificamos barreras de entrada para poder crearle a nuestra organización de servicios funerarios una ventaja competitiva.

Tabla 2 Amenaza de nuevos competidores

Amenaza de los nuevos competidores	Imitación de nuestro modelo de negocio	De momento no corremos el riesgo de imitación o plagio sin embargo si el servicio demuestra su efectividad nos arriesgamos a imitaciones de nuestro sistema o modelo de negocio.
	Identidad de marca	Es necesario conseguir que nuestra marca se establezca como la preferida de los clientes para evitar que terminen cambiando por otras empresas o competidores que ofrecen a precios más bajos.

	Canales de distribución	Es necesario establecer normas de estrategias para hacer conocer nuestro producto y para ellos sería el uso de oficinas pequeñas o lugares de distribución de nuestro servicio.
--	-------------------------	---

- ✓ Poder de Negociación de los Proveedores: el poder de negociación de los proveedores se refiere a una amenaza impuesta por la industria por parte de los proveedores.

Tabla 3 Poder de negociación de los proveedores

Poder de negociación de los proveedores	Concentración de proveedores	Nuestra organización funeraria contara con diversos proveedores ya que nuestros servicios son varios en un solo servicio que es facilitar la comodidad de la familia al rendir homenaje al ser querido.
	Especificidad de insumos que proveen	Los proveedores que necesitaremos insumos en base a servicios que daremos mayor será el poder de negociación.
	Impacto de insumos en el costo de la industria	Nuestro servicio tendrá funeraria, velatorio, florería, cafetería y comida esto dependerá de los paquetes que sea de su interés y la alianza de los proveedores determinará el costo del servicio.

- ✓ Amenaza de productos y servicios sustitutos: Son aquellos productos y servicios que por el mismo grado satisfacen la misma necesidad en muchas ocasiones puede llegar a ser aceptado por los consumidores y el precio llegar a ser más bajo.

Tabla 4 Amenaza de productos y servicios sustitutos

Amenaza de productos y servicios sustitutos	Costos abaratados por competidores indirectos	Consideramos como competencia aquellos servicios que podrían cumplir con el rol de intermediarios como podría ser una funeraria o locales ya conocidos en Huancayo, pero por el momento no existe un modelo de negocio similar al nuestro.
	Rendimiento relativo de los sustitutos	Si bien no hay otro servicio similar al nuestro mucho cliente pueden preferir seguir optando por la opción de contactar con los negocios por medio de su propia cuenta o contactándose debido a que se sientes más cómodos.

- ✓ Poder de Negociación de los clientes: Es la capacidad de negociación que cuenta los clientes en un determinado sector.

Tabla 5 Poder de negociación de los clientes

Poder de negocia ción de los clientes	Confianza de los Cliente	Ofrecer Descuentos o promociones a largo plazo por la aceptación de nuestro servicio.
	Precio y total de compras	Se ajustarán los precios de acuerdo al valor del mercado y la calidad del servicio.
	Existencia de sustitutos	Por el momento en calidad de servicio no contamos con sustitutos.

- ✓ Rivalidad entre competidores: Más que una fuerza esta es la suma de las cuatro fuerzas anteriores, el grado de rivalidad aumentara a medida que se eleve la cantidad de estos, se valla igualando en tamaño y capacidad, Disminuya la demanda de productos y reduzcan los precios.

Rivalidad entre los competidores existentes	Competencia del rubro	En la ciudad de Huancayo aún no existe rivalidad para el servicio de velatorio integrado que pretendemos ofrecer al público.
	Barreras de salida	Nuestro rubro ha sido poco explorado en la ciudad de Huancayo por lo tanto nuestras barreras de salida serán altas por la novedad en el servicio que ofreceremos, mientras que las empresas pequeñas de

		nuestra competencia indirecta ya tienen relaciones estratégicas.
	Costos fijos y valor agregado	Nuestro servicio ofrecerá mayor exposición de las personas que quieran preservar la vida de sus seres queridos y con las alianzas entre proveedores se incrementará nuestro margen de ganancias e ingresos de los cuales saldrá para el mantenimiento y pagos a personales.

2.1.3. Análisis pestel

Tabla 6 Análisis Pestel

PESTEL	VARIABLE	SUSTENTO	O	A
POLÍTICO	Estabilidad Política	<p>El escenario político es más estable para las inversiones, y será un factor que contribuya al crecimiento económico del país y del desempeño del mercado de renta variable local, aseguró el analista de inversiones de Protecta Security, Diego Lazo. “A diferencia de años anteriores, la política no impacta negativamente la economía”, dijo en el programa Invierte en la Bolsa de Andina Canal Online. Refirió que el cambio del presidente del país en el año pasado fue ordenado, “y no ha tenido un efecto adverso como se pensaba en sus inicios”.Pero este escenario puede cambiar si se realizan</p>	<p>Podemos aprovechar esta situación favorable para establecernos como empresas</p>	<p>Pero también tenemos algunas amenazas para el futuro en cuanto a corrupción en todos sus niveles</p>

		cambios drásticos dentro del marco político y la implantación de la corrupción como parte del sistema político.		
ECONÓMICO	Situación de la Economía Nacional	<p>La economía nacional logró una tasa de crecimiento anual de 3.9% en el 2018, superior al 2.5% registrado en 2017, con una recuperación de la inversión privada.</p> <p>Esto hace que se sienta un clima de estabilidad y genera también que las expectativas sobre todo en los sectores que ahora se están recuperando financieramente y que consumo tengan un desempeño positivo.</p>	<p>Tenemos alto porcentaje de seguridad en cuento al poder adquisitivo de los clientes que no se ven afectados y tienden a caer, por lo contrario,</p>	

			esto se incrementó.	
SOCIAL	Tasa de crecimiento poblacional	La población total continuaría creciendo, aunque a tasas menores a las de las décadas pasadas, hasta superar los 40 millones de habitantes para el año 2050. El incremento absoluto sería de casi 9 millones de personas entre hoy y esa fecha, lo que es equivalente a toda la población que tenía el país en 1960. En tan solo los próximos 5 años (al 2020), la población aumentará en más de 1.7 millones de habitantes (ver cuadro). Por lo tanto, el reto del crecimiento poblacional aún no ha concluido. Se necesitarán más viviendas, más servicios de salud de mayor complejidad, más y mejor transporte colectivo y, sobre todo, más y mejores empleos,	Nuestro segmento de usuarios crecerá y de la misma manera nuestros clientes.	

		así como expandir los servicios de protección para los adultos mayores.		
TECNOLÓGICO	Uso de tecnologías	El impacto de la tecnología ha sido muy positivo en la formación de los profesionales. Hoy no se puede hablar de una educación de calidad si no se han implementado herramientas digitales para el acceso de los estudiantes a la información e infraestructura de calidad, ni definido el campo de acción donde se desenvolverán los egresados. Cerca del 90 % de procesos en las compañías actuales se basan en tecnología y sobre ello, garantizar la confidencialidad, disponibilidad e integridad de la información en los sistemas.	Podremos ganar ventaja competitiva al ofrecer como punto fuerte la tecnología dentro de nuestros procesos.	
ECOLÓGICO	Protección del medio ambiente	Ley N° 28611 - Ley General del Medio Ambiente en Perú	Todas las empresas	

		<p>Cabe mencionar que, uno de los objetivos de la mencionada Ley, es la regulación de los numerosos instrumentos que contribuyen a la gestión ambiental del país; y uno de los más significativos aportes es la consagración de la responsabilidad por daño ambiental</p>	<p>tenemos que incorporar en nuestras actividades de cuidado del medio ambiente y esto nos mostrara un panorama favorable a todos como sociedad y empresas.</p>	
--	--	--	---	--

LEGAL	Exigencia legal	<p>Ley de Cementerios y Servicios Funerarios Ley N° 26298</p> <p>TITULO III DE LOS SERVICIOS FUNERARIOS Artículo 12o.-</p> <p>Los servicios funerarios de Agencia Funeraria y Velatorio, podrán ser prestados por personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, con autorización de la Autoridad Sanitaria correspondiente, de acuerdo con los requisitos técnico-sanitarios que establece el Reglamento.</p>	<p>No tendremos ninguna limitación legal para realizar nuestra operación dese la creación formal de la empresa.</p>	
-------	-----------------	--	---	--

2.1.4. Características comparativas de la competencia

Cuadro de las características comparativas y competitivas de la competencia:

- **Competidor A:** Santa fe funerales
- **Competidor B:** Funeraria la Colina E.I.R.L.
- **Competidor C:** Funeraria Cristo REY

Ítems	Competidor A	Competidor B	Competidor C
Ubicación	Av. Independencia 401 Tambo	AV. Daniel Alcides Carrión 1344	Av. Daniel Alcides Carrión N° 1493 - Huancayo
Horario	9 a.m. – 2 p.m. 4 a.m. – 10 p.m.	Las 24 horas	Las 24 horas
Producto / servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Traslado funerario • Ataúd • Arreglos florales 	<ul style="list-style-type: none"> • Traslado funerario • Ataúd • Arreglos florales 	<ul style="list-style-type: none"> • Traslado funerario • Ataúd • Arreglos florales • Gestión para misas
Precios y Formas de Pago	<ul style="list-style-type: none"> • Los pagos pueden ser solo por ataúd 	<ul style="list-style-type: none"> • Los pagos pueden ser solo por ataúd 	<ul style="list-style-type: none"> • Los pagos pueden ser solo por ataúd

	<ul style="list-style-type: none"> • O por todos los servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • O por todos los servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • O por todos los servicios
Calidad del producto / servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Tienen buena calidad y precios altos 	<ul style="list-style-type: none"> • Tienen buena calidad y precios altos 	<ul style="list-style-type: none"> • Tienen buena calidad y precios altos
Calidad de la atención	<ul style="list-style-type: none"> • Buena atención empatía 	<ul style="list-style-type: none"> • Buena atención 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización del Marketing Buena atención
Publicidad y promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Página web • Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> • Página web Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> • Página web Facebook
Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Rápida a través de la página web 	<ul style="list-style-type: none"> • Rápida a través del Facebook Tiene número WhatsApp 	<ul style="list-style-type: none"> • Rápida a través del Facebook • Tiene número WhatsApp
Canal de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina • Página web • Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina • Página web Facebook • Número WhatsApp 	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina • Página web Facebook • Número WhatsApp

<p>% Participación del mercado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene el 10% del mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene el 10% del mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene el 25% del mercado
<p>Infraestructura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La infraestructura es especializada 	<ul style="list-style-type: none"> • La infraestructura es especializada 	<ul style="list-style-type: none"> • La infraestructura es especializada
<p>Personal</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2 personas de servicio al cliente. • Otros personales para traslado, manejo. 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 personas de servicio al cliente. • Otros personales para traslado, manejo. 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 personas de servicio al cliente. • Otros personales para traslado, manejo.

Matriz del Perfil Competitivo

Tabla 7 Matriz del Perfil Competitivo

FORMATO DE LA MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO MPC									
		ORGANIZACIÓN		COMPETIDOR A		COMPETIDOR B		COMPETIDOR C	
Factores clave de éxito	PESO	VALOR	PONDERACIÓN	VALOR	PONDERACIÓN	VALOR	PONDERACIÓN	VALOR	PONDERACIÓN
Utilización del marketing	3	REF	REF	0.3	0.9	0.3	0.9	0.5	1.5
Cantidad de servicios y productos	3	REF	REF	0.3	0.9	0.3	0.9	0.4	1.2
Tiempo de respuesta	4	REF	REF	0.4	1.6	0.4	1.6	0.4	1.6
Total		REF	REF		3.4		3.4		4.3

- Teniendo en cuenta los resultados nuestro competidor más representativo es el

Competidor C: Funeraria Cristo REY.

2.2. Análisis de la demanda

2.2.1. La segmentación

La segmentación permite reconocer el tipo de público al se quiere llegar y para este servicio se toma las características siguientes de clientes; se realizó mediante las variables demográficas, geográficas y socioeconómicas.

2.2.2. Ficha técnica estadística

Tabla 8 Ficha técnica estadística de segmentación

FICHA TÉCNICA DE SEGMENTACIÓN				
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	PORCENTA JE	FUENTE
Geográfica	Personas de la provincia de Huancayo	554345	100%	<ul style="list-style-type: none">• Censo 2017 del INEI.• Censo 2017 del INEI.• Censo 2017 del INEI• De acuerdo al último registro 2018 del Minsa.
Geográfica	Zona urbana de los distritos mencionados	402454	72.6%	
Demográfica	Jóvenes de 19 a 64 años (según encuesta)	274876	68.3%	
Socioeconómico	Estrato socioeconómico B C Y D	181418	66%	

➤ Segmentación final=universo poblacional=mercado potencial= 181418 PERSONAS.

2.2.3. La encuesta

2.2.3.1. Muestra poblacional

Se usará la siguiente formula:

$$n = \frac{(P.Q)}{(E^2/Z^2 + P.Q/N)}$$

n=384 para el estudio y aplicación de encuestas

2.2.3.2. Determinación de la ficha técnica estadística

Universo/población: 554345 Habitantes
Ámbito geográfico: Provincia de Huancayo
Método de muestreo: Encuesta
Tamaño muestral: 384
Perfil del entrevistado: Persona de 19 -64 años de edad
Nivel de confianza: 95%
Error de muestreo: 5%
Fecha de trabajo de campo: 28/09/2019
Coordinador del equipo de trabajo: Francisco

2.2.3.3. Encuesta

SERVICIO INTEGRAL FUNERARIO

Estimado(a) lector(a) permítanos unos breves minutos de su tiempo para poder responder a las siguientes premisas.

SEXO:

EDAD:

1. ¿Le gustaría que haya una empresa encargada de tramitar los documentos requeridos, gestionar el velatorio, entierro y transporte de una persona al fallecer?

- ME ENCANTARIA
 TAL VEZ
 NO ME GUSTARIA

2. ¿Contrataría a una empresa encargada de brindar un servicio integral funerario? ¿Por qué?

- SI
 NO
¿Por qué?

.....

3. ¿Cuánto estaría Ud. dispuesto(a) a pagar por el servicio prestado?

- Más de S/. 2000.00
 S/. 2000.00
 S/. 1500.00
 S/. 1000.00
 Menos de S/. 1000.00

4. ¿Considera Ud. óptimo que el servicio contratado pueda adecuarse a las tradiciones de la familia de la persona fallecida, si es que las tuviera? ¿Por qué?

- SI
 NO
¿Por qué?

.....

5. ¿Por qué medio le gustaría enterarse sobre las promociones y paquetes ofrecidos por la empresa?

- TELEVISION
 RADIO
 VOLANTES
 REDES SOCIALES

2.2.4. Resultados de las encuestas u otros resultados

Encuesta realizada al mercado potencial

- ✓ **PRIMERA PREGUNTA:** ¿Le gustaría que haya una empresa encargada de tramitar los documentos requeridos, gestionar el velatorio, entierro y transporte de una persona al fallecer?

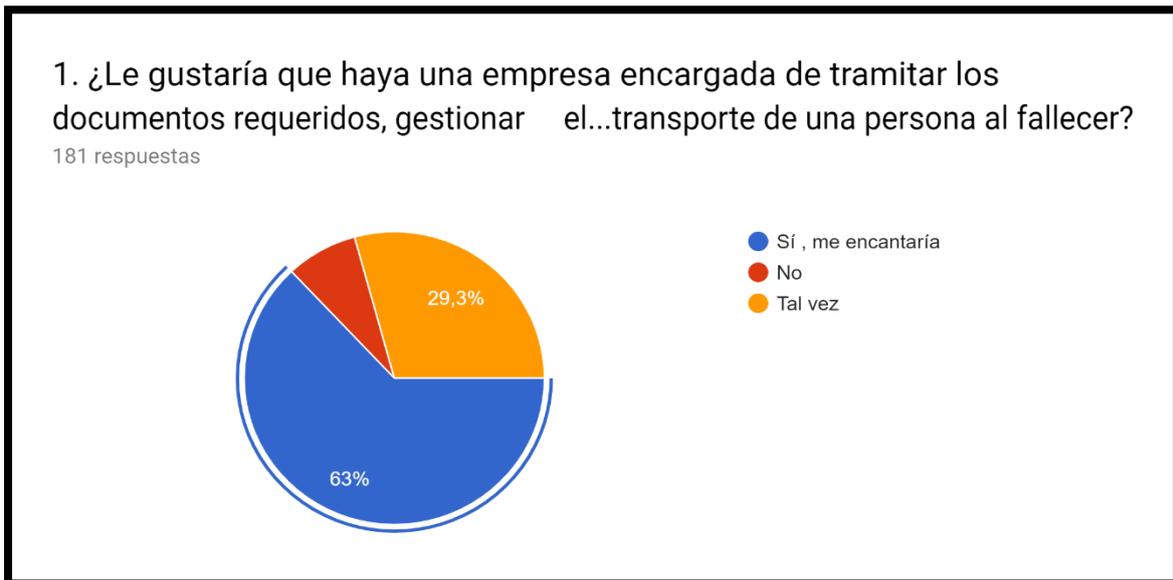


Figura 1 Pregunta 1.

- ✓ **SEGUNDA PREGUNTA:** ¿Contrataría a una empresa encargada de brindar un servicio integral funerario?

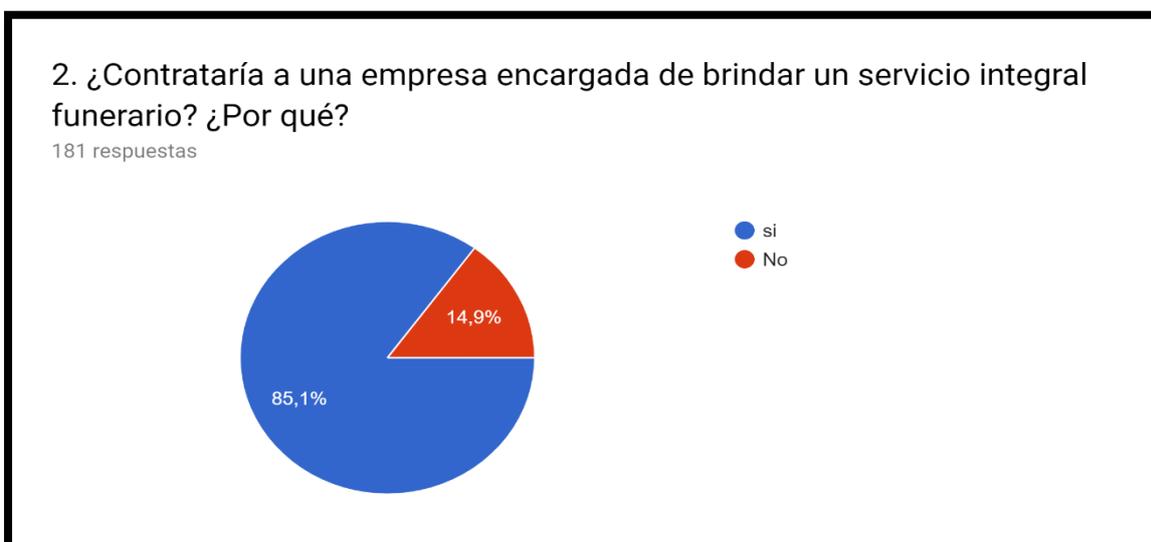


Figura 2 Pregunta 2.

✓ **TERCERA PREGUNTA:** ¿Cuánto estaría Ud. dispuesto(a) a pagar por el servicio prestado?

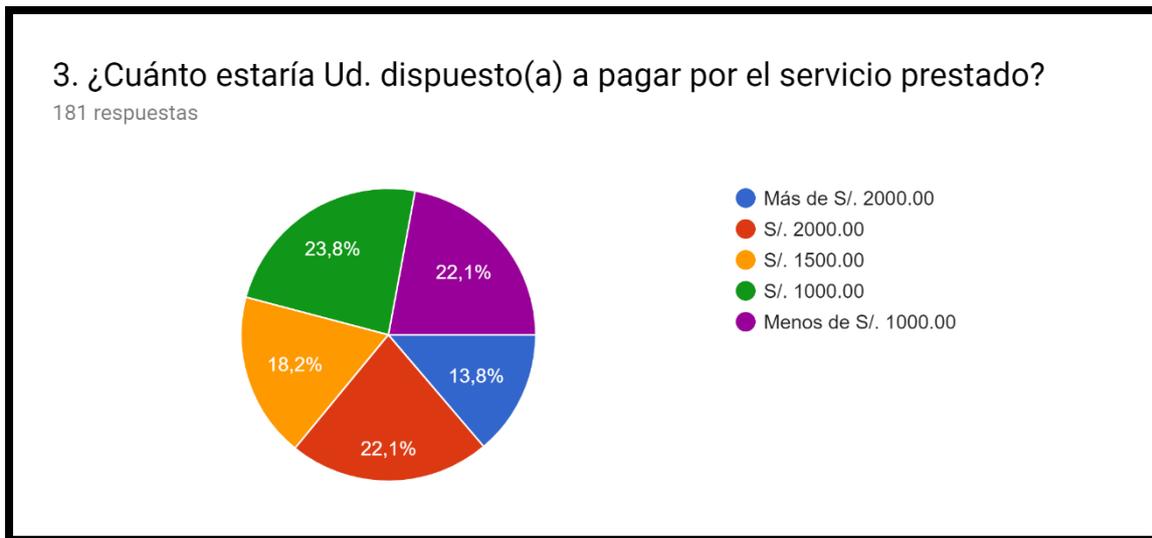


Figura 3 Pregunta 3.

✓ **CUARTA PREGUNTA:** ¿Considera Ud. óptimo que el servicio contratado pueda adecuarse a las tradiciones de la familia de la persona fallecida, si es que las tuviera?

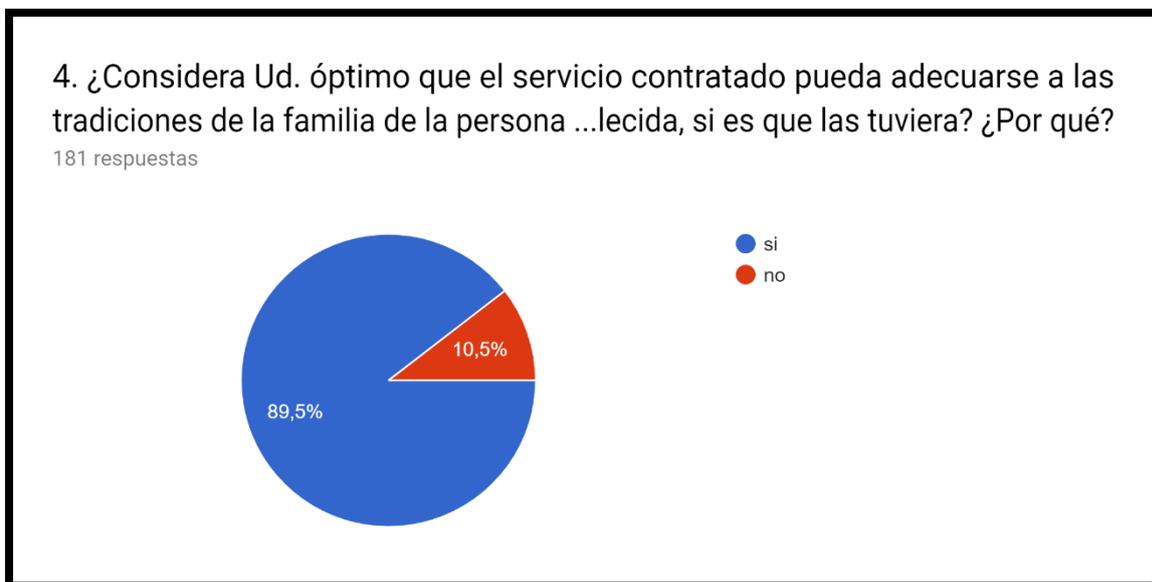


Figura 4 Pregunta 4.

- ✓ **QUINTA PREGUNTA:** ¿Por qué medio le gustaría enterarse sobre las promociones y paquetes ofrecidos por la empresa?

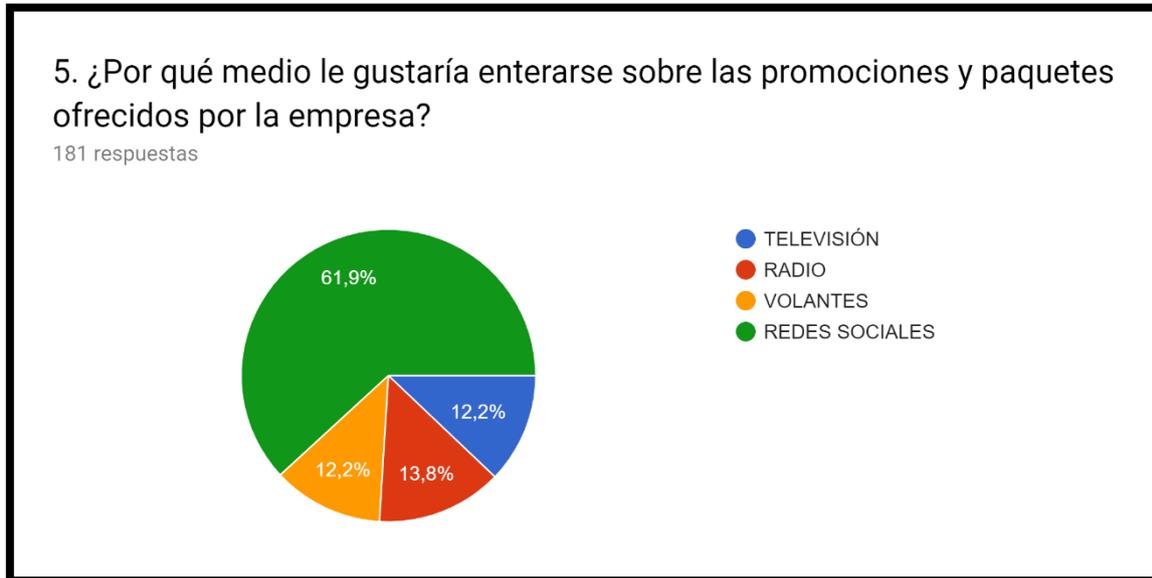


Figura 5 Pregunta 5.

2.2.4.1. Encuesta realizada al mercado potencial

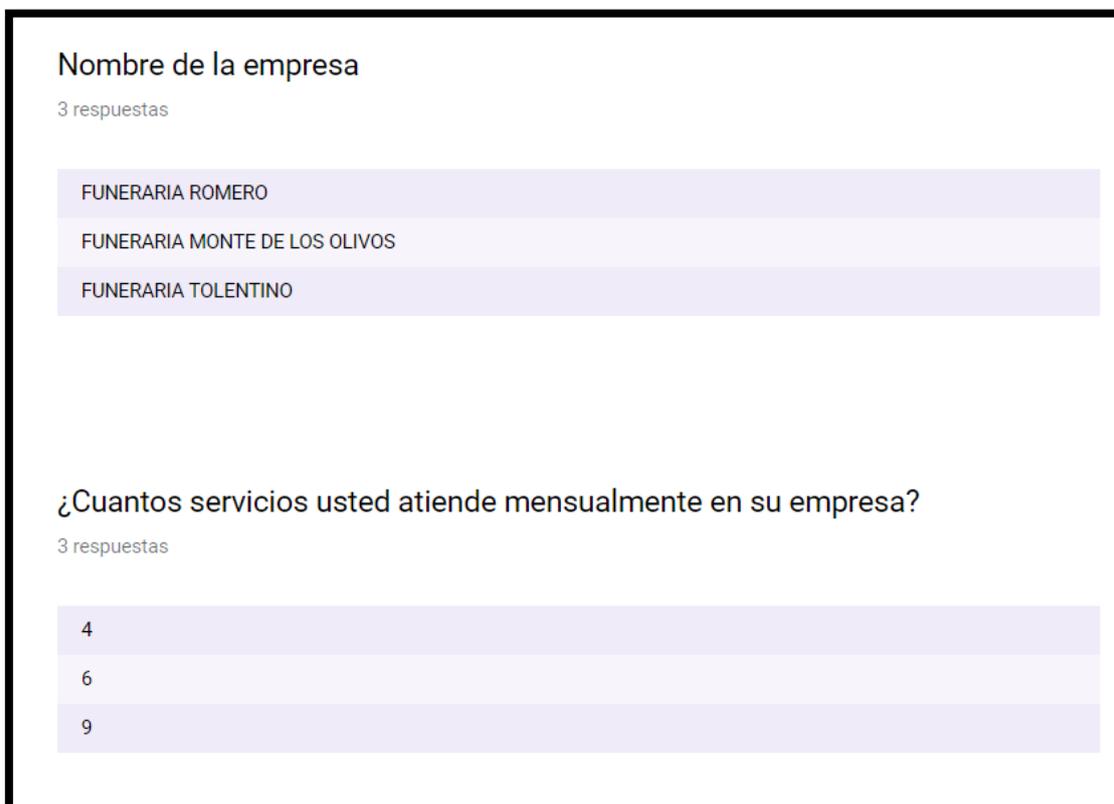


Figura 6 Encuesta competidores.

2.2.5. Determinación de los mercados

2.2.5.1. Mercado potencial

El mercado potencial para nuestro servicio es la cantidad de 181418 personas (por motivos académicos solo se realizó a la encuesta a 180 personas, encuestas aplicadas 180).

2.2.5.2. Mercado disponible

El mercado disponible es el resultante de las personas que tienen intención de compra de nuestro producto lo cual representa 85.1% y esto serían 154387 personas.

2.2.5.3. Mercado objetivo

La frecuencia de compra de nuestro servicio es considerada como la unidad, ya que se estima por persona solo una vez pueda realizar la adquisición de nuestro servicio, teniendo como referencia la capacidad de atención de los competidores (Promedio de atención de una buena, regular y una pequeña funeraria) observar gráfico 2, hemos concluido que nuestra capacidad será del 26%, que serían 40141 personas.

2.2.6. Determinación de la demanda

Para la determinación de la demanda se utilizó la siguiente fórmula:

$$Q = N \times f \times q$$

- Los datos obtenidos son:

Tabla 9 Determinación de demanda

MERCADO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Mercado Potencial	100% del segmento final	181418
Mercado Disponible	intención de compra	154387
Mercado Objetivo	capacidad de atención	240

- Resultados de la encuesta

Tabla 10 Resultados de la encuesta

Criterios	Porcentaje
Intención de compra	85.1%
Frecuencia de compra (ANUALIZADA)	1
Volumen de compra	1

- Ejecución de formula

$$Q = 240 \times 1 \times 1 = 240$$

2.2.7. Proyección de las ventas anuales

Tabla 11 Proyección de las ventas anuales

CENTRAL PAZ	U.M	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
TASA DE MORTALIDAD	Porcentaje=0,006%	0,006%	0,006%	0,006%	0,006%	0,006%
MDO. POTENCIAL	#Personas	181,418	182,507	193,457	205,064	217,368
MDO. DISPONIBLE	#Personas	154,387	154,396	154,406	154,415	154,424
MDO. OBJETIVO	#Personas	240	241	256	271	288
FRECUENCIA DE COMPRA	#Visitas	1	1	1	1	1
VOLUMEN DE COMPRA	#Producto	1	1	1	1	1
DEMANDA	#Personas	240	241	256	271	288
PRECIO UNITARIO	Soles	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00
VENTAS/INGRESOS	Soles	S/ 1,200,000.00	S/ 1,205,000.00	S/ 1,280,000.00	S/ 1,355,000.00	S/ 1,440,000.00

2.3. Análisis de la comercialización

2.3.1. Estrategias genéricas

- Liderazgo en costos

Tabla 12 Liderazgo en costos

FUNERARIA	PRECIO POR SERVICIO		
	TRANSPORTE	DOCUMENTOS	ATAÚD
RODRÍGUEZ FUNERARIAS	S/.950.00	S/.550.00	S/.1260.00
SERVICIOS FUNERALES ROMERO	S/.910.00	S/.530.00	S/.1320.00
SERVICIOS FUNERALES INTEGRALES	S/.880.00	S/.510.00	S/.1100.00
FUNERARIA TOLENTINO	S/.860.00	S/.480.00	S/.1000.00

- Por diferenciación

Tabla 13 Por diferenciación

GESTIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES FUNERARIOS	
OFRECEMOS	Homenaje: Dentro de nuestro homenaje incluimos; misa de honor, homenaje temático de acuerdo a las costumbres de la familia del fallecido(a) según lo solicite.
	Integración de servicios: Integramos todos los servicios desde que la persona fallece hasta un mes después del entierro
	Atención psicológica: Los afectados obtendrán cesiones con el psicólogo para disminuir el impacto negativo.
	Rapidez en los procesos: Se realizarán con rapidez toda gestión.

2.3.2. Marketing mix

2.3.2.1. Producto

Tabla 14 Producto

BIENES (Productos Tangibles)	SERVICIOS (Productos Intangibles)
Vehículos para el transporte de ataúdes	Servicios de paquetes funerarios
Adornos florales	Atención brindada
Carrozas florales	Inmediatez documentaria en los trámites

Variables del producto

Entre las variables de nuestro producto podemos observar:

Tabla 15 Variables del producto

Variables	Servicios integrales funerarios
Calidad	Ofrecemos carrozas nuevas, vehículos modernos, ataúdes modelo americano laqueado, de cedro y madera de caoba.
Servicio	Ofrecemos paquete Deluxe, premium y básico, en cada uno de ellos varía el precio según lo solicite el cliente.
Garantía	Cada uno de nuestros paquetes está pensado para brindar la mayor satisfacción a nuestros clientes, y garantizamos un buen servicio tanto en nuestro paquete Deluxe, premium y básico.
Marca y logo	La empresa se llama Central Paz 

Diseño del producto

Ofrecemos:

- Rapidez en los procesos de atención del servicio completo.
- Eficiencia en la ejecución de los procesos.
- Confiabilidad en la prestación del servicio.
- Paquetes funerarios personalizados.

2.3.2.2. Plaza

Tenemos como prioridad ubicarnos frente a clínicas, hospitales como, por ejemplo:



1 Ubicación 1

FRENTE A LA CLÍNICA ORTEGA



2 Ubicación 2

FRENTE AL HOSPITAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

Tabla 16 Distribución selectiva

Distribución selectiva	Somos una de las pocas empresas funerarias que ofrecen servicios integrales a gran medida y detalle, enfocándonos mayormente en los segmentos A, B, C.
-------------------------------	--

2.3.2.3. Promoción

Tabla 17 Organización de ventas

Organización de ventas	
Paquete Deluxe	Incluye Ataúd modelo Americano Laqueado, Carroza floral, Carroza fúnebre, Trámites, Cargadores, Moderador de ceremonia, Vehículo para acompañante al sepelio, Adornos Florales.
Paquete Premium	Incluye Ataúd de Cedro Laqueado, Carroza floral, Carroza fúnebre, Trámites, Adornos florales.
Paquete Básico	Incluye Ataúd de madera de Caoba, Carroza floral, Carroza fúnebre, Trámites

Tabla 18 Relaciones publicas

Relaciones públicas	
Clínicas	
Hospitales	
Aseguradoras	

Tabla 19 Publicidad

Publicidad	
Redes Sociales	Implementaremos nuestra página en Facebook, YouTube, Instagram.
Televisión	Anunciaremos por canales de la región Junín.
Radio	Anunciaremos por radios con mayor sintonía.

2.3.2. 4. Precio

El precio del producto es básicamente la cantidad que un cliente paga para disfrutarlo.

Tabla 20 Precio

FUNERARIA	PRECIOS DE PENETRACIÓN DE MERCADO	PRECIOS DE COMPETENCIA DE MERCADO
RODRÍGUEZ FUNERARIAS	El servicio es bueno, gracias a la experiencia adquirida.	Precio variable según solicite.
SERVICIOS FUNERALES ROMERO	Servicio con alta capacidad de demanda	Precio estandarizado.
SERVICIOS FUNERALES INTEGRALES	Sería óptimo, ya que esperamos que la demanda de nuestro servicio integral funerario vaya a ser alta.	Precios accesibles al cliente, también ofrecemos paquetes personalizables.

2.3.2.5. Personas

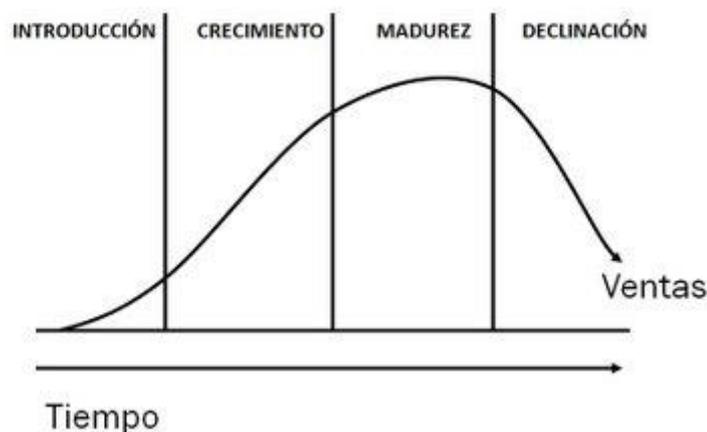
- El personal debe buscar soluciones rápidas y precisas, también que se pueden agilizar con facilidad para realizarlos procesos mucho más rápido.
- Se seleccionan personas que conozcan de la gestión de papeles necesarios para el sepelio, también que tengan contactos estratégicos.
- También existirá capacitaciones periódicas, serán motivados constantemente, así como también se realizará un control riguroso.

2.3.2.6. Procesos

Cuando un cliente se acerque el personal encargado proporcionará confianza y se le ofrecerá los paquetes disponibles, una vez que elija o acomoda el paquete se realizará de manera ágil la gestión previa para del 50% por los diferentes medios nos encargamos hasta de los mínimos detalles para que el cliente pueda pasar el proceso de luto de una manera más tranquila, después del entierro nosotros realizamos un homenaje al difunto, así como también el mantenimiento de los nichos.

2.3.3. Ciclo de vida estratégico del negocio

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



3 Ciclo de vida del producto

- **INTRODUCCIÓN**

Es la etapa de inicio donde nos introducimos al mercado.

- ✓ Precios de lanzamiento
- ✓ Marketing agresivo.
- ✓ Buscaremos relacionarnos con un máximo número de aliados estratégicos.
- ✓ Buscaremos el reconocimiento de la marca.
- ✓ A nuestros primeros clientes se les brindará un arreglo floral de parte de nuestra organización.
- ✓ El personal se caracterizará por la uniformidad.

- **CRECIMIENTO**

Es la etapa donde nos vamos consolidando en el mercado.

- ✓ Implementaremos una base de datos.
- ✓ También implementaremos un nuevo centro de atención al frente del hospital Carrión.
- ✓ Invertiremos en tecnología para gestionar los procesos de la organización como un ERP.
- ✓ Buscaremos llegar a mayor cantidad de público.
- ✓ Incrementaremos la cantidad de personal.
- ✓ Compramos materiales para integrar nuestro servicio como ataúdes y carros funerarios.
- ✓ Firmaremos convenios con aseguradoras y con aliados estratégicos.
- ✓ Implementaremos el servicio para el personal de nivel socio económico A.
- **MADUREZ**
 - ✓ Expandimos nuestro negocio hacia otros lugares o regiones.
 - ✓ Incrementaremos los salarios.
 - ✓ Implementaremos más servicios.
 - ✓ El total de materiales y personales serán nuestros.
- **DECLIVE**
 - ✓ Reorganizaremos la organización.
 - ✓ Renovaremos la imagen de la organización.
 - ✓ Realizaremos una reingeniería.
 - ✓ Buscamos profesionales que gestionan mejor la organización.
 - ✓ Buscaremos obtener reconocimientos internacionales y nacionales

Capítulo III: Estudio Técnico Operativo

3. Estudio técnico-operativo

3.1. Diseño del servicio

Brindaremos un servicio integral de logística y gestión funeraria, temático, de acuerdo de las costumbres y tradiciones de nuestros clientes. lo cual consiste en:

- Agilización de trámites documentarios (acta de defunción, documento de últimas voluntades, acta de pertenencia de nicho, impuestos, etc.)
- Reforzamiento psicológico: Brindaremos apoyo psicológico a los familiares más cercanos en dos ocasiones, (2 cesiones, una semana después del fallecimiento y la segunda cesión un mes después) para evaluar el progreso emocional y fidelizar al cliente.
- Servicio de velatorio: Organizaremos lo necesario para instalar las velas y el cuerpo del fallecido, también se brindará espacios cómodos para los deudos, así como se brindará aperitivos y cena.
- Servicio de florería: Contaremos con aliados en servicio de florería que ofrecerá un producto de calidad acorde al precio en el momento adecuado y con todo lo necesario para el arreglo y la decoración.
- Servicio bufet: Este servicio se brindará en los días de velatorio y también en el entierro, incluye aperitivos, cena, estos serán a gusto y preferencia de los clientes, que serán servidos por un personal amable y capacitado.
- Servicio mobiliario y de traslado: Consiste en el traslado del cuerpo del fallecido de la morgue al velatorio, también del traslado del lugar del velatorio hasta el cementerio, así como contaremos con movilidad como una alternativa de contingencia ante cualquier accidente o contra tiempo.

- Homenaje al difunto: Este servicio tendrá lugar en el día del entierro ya que destacaremos los aspectos positivos del fallecido con el objetivo que los deudos recuerden los momentos buenos pasados con el fallecido
- Servicio de mantenimiento durante el primer mes: Todo el primer mes se realizará un servicio de mantenimiento y decoración a las tumbas de los fallecidos.
- Brindaremos un servicio rápido y confiable.
- Se adaptará a las costumbres de los deudos, será un servicio personalizado donde el principal objetivo es que los deudos pasen este proceso con menos carga de trabajo.
- El personal será capacitado en trato amable y respetuoso teniendo en cuenta el difícil momento de los deudos.
- La uniformidad en la vestimenta será diferenciadora de la organización.
- Los deudos podrán expresar sus sentimientos realizaremos una programación si fuera necesario.
- También contaremos con servicio de primeros auxilios.
- Brindaremos facilidades como el estacionamiento de vehículos y contactos con taxis confiables para el traslado a las visitas.
- Los precios variaran de acuerdo al paquete que elijan o los servicios que requieran.
- También brindaremos un servicio constante de limpieza de los diferentes lugares que sean necesarios durante y después de las actividades.

3.2. Ficha técnica del servicio

Tabla 21 Ficha técnica

Dirección	Av. Justicia Paz y Vida Etapa 1 Av. Daniel Alcides Carrión 1551, Huancayo 12006
Ubicación	La oficina 1, esta ubicada al frente del hospital Ramiro Prialé Prialé. La oficina 2, esta ubicada al frente del hospital Daniel Alcides Carrión
Decoración	Moderna ecológica, se usara colores negro, verde y blanco , a ello consideraremos algunas opciones de colores de nuestros clientes.
Gestión/logística	Daniela Maravi De La Cruz
Horario	Lunes a sábado 9:00am-1:00 pm 3:00pm-8:00 pm Domingo 9:00am- 12:00 pm
Aforo	Capacidad de 20 personas.
Precio medio	Paquete Deluxe s/4000.00 Paquete Premium s/3000.00 Paquete Básico s/2000.00
Observaciones	Las dos oficinas, son ubicadas de forma estratégica, con la finalidad de captar a nuestros clientes.
Indumentaria de trabajo	El personal contara con un uniforme adecuado y distintivo de la organización.

3.3. Proceso productivo

3.3.1. Diagrama de flujo

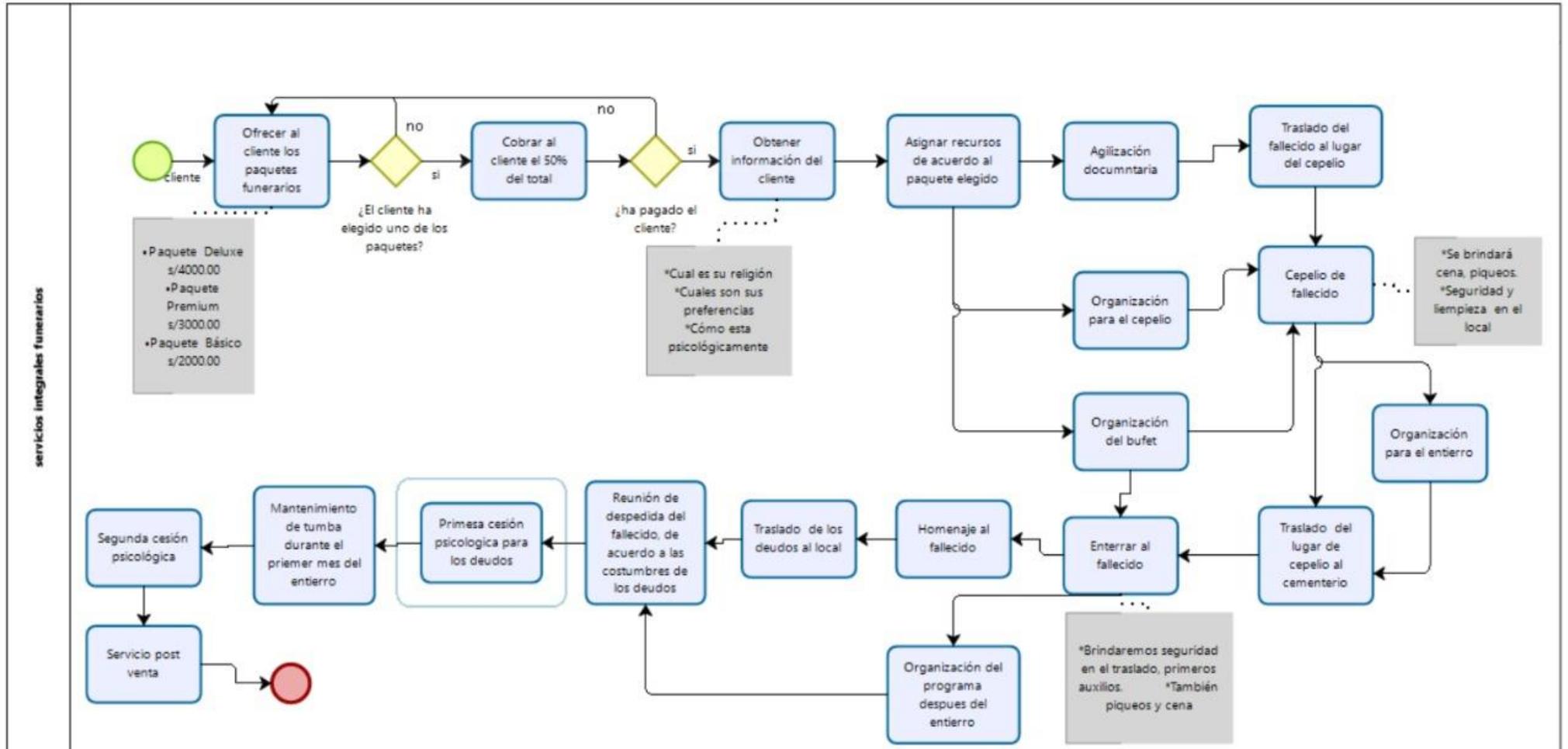


Ilustración 4 Diagrama de flujo

Fuente propia

3.3.2. Diagrama de análisis de proceso

Tabla 22 Diagrama de análisis de proceso

n°	Descripción	Cantidad	Tiempo	Distancia (metros)	Símbolo					Observaciones	
					●	■	◐	➔	▼		
1	Ofrecer al cliente los paquetes funerarios	1	DP		●						
2	Cobrar al cliente el 50% del total	1	DP		●						Es obligatorio
3	Obtener información del cliente	1	DP		●						
4	Asignar recursos de acuerdo al paquete elegido	1	DP		●						
5	Agilización documental	1	DP		●						
6	Traslado del fallecido al lugar del cepelio	1	DP		●						
7	Organización para el cepelio	1	DP		●						
8	Organización del bufet	1	DP		●						
9	Cepelio de fallecido	1	DP		●						
10	Organización para el entierro	1	DP		●						
11	Traslado del lugar de cepelio al cementerio	1	DP		●						
12	Enterrar al fallecido	1	DP		●						
13	Homenaje al fallecido	1	DP		●						Es obligatorio
14	Organización del programa después del entierro	1	DP		●						
15	Traslado de los deudos al local	1	DP		●						
16	Reunión de despedida del fallecido, de acuerdo a las costumbres de los deudos	1	DP		●						
17	Primera cesión psicológica para los deudos	1	DP		●						
18	Mantenimiento de tumba durante el primer mes desde el entierro	1	DP		●						
19	Segunda cesión psicológica	1	DP		●						
20	Servicio post venta	1	DP		●						Es obligatorio

3.3.3. Diagrama de operaciones de proceso



Ilustración 5 Diagrama de operaciones de proceso

3.6. Localización

3.6.1. Ubicación geográfica

La ubicación geográfica es basada en la ubicación de los principales puntos de visita por los futuros clientes y usuarios, es decir por los Hospitales mas representativos.

3.6.1.1. Macro Ubicación

Tabla 23 Macro ubicación

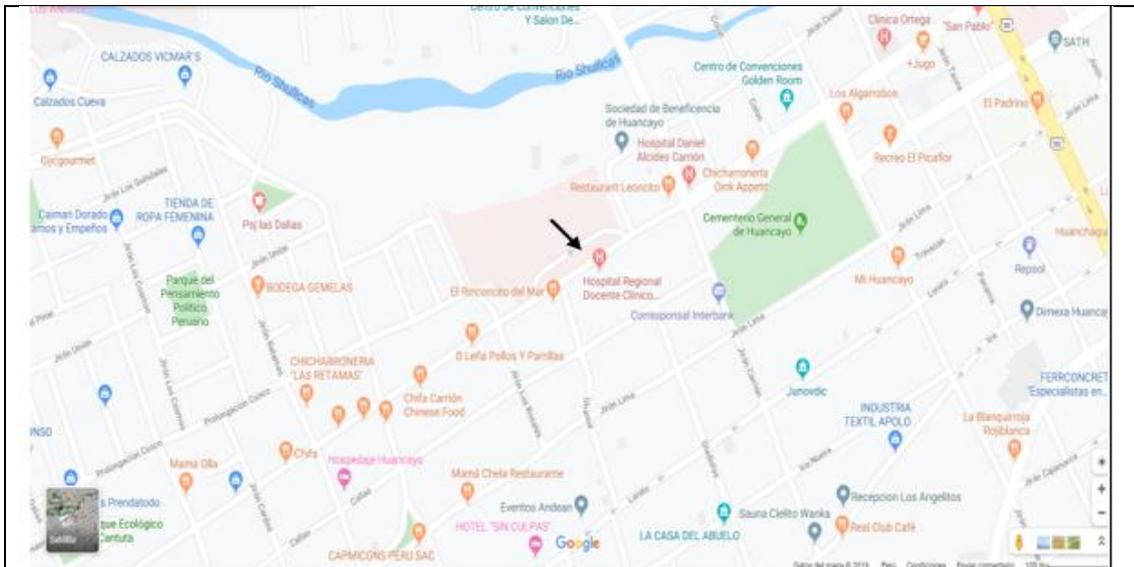
Macro ubicación	
Nuestra empresa estará ubicada en la provincia de Huancayo, ciudad perteneciente a la región Junín, donde aperturaremos nuestros primeros locales, con el objetivo de expandirnos a nivel nacional en el futuro.	
	

3.6.1.2.Micro Ubicación

Tabla 24 Micro distribución

Micro ubicación
Nuestra empresa tendrá dos locales, los cuales estarán ubicados en los siguientes puntos.


Frente a Essalud (Ramiro Prialé Prialé- Independencia 266, Huancayo 12006)



Frente al Hospital Daniel Alcides Carrión (Av. Daniel Alcides Carrion 1551, Huancayo 12006)

3.7. Tamaño de planta

Contaremos con dos locales, entre los cuales:

- ✓ Un local tendrá acceso a ESSALUD (Ramiro Prialé Prialé)
- ✓ El otro local tendrá acceso al Hospital Daniel Alcides Carrión)

3.7.1. Tamaño del local

Tabla 25 Tamaño del local

	Sección / área	Actividades materiales / o equipo
1	Servicio al cliente	Aquí podremos relacionarnos con nuestros clientes ofreciendo todos los paquetes que tenemos, teniendo en cuenta los puntos importantes ya que solo nos ocupamos de toda la parte logística
2	Administración	Se contara con una oficina para la gerencia de servicios de contabilidad y de otros que sean necesarios en el proyecto
3	Recepción	Será un oficina ubicada en la entrada donde los clientes podrán descansar y esperar si en caso se demore los tramites del papeleo
4	Centro de papelería	Aquí nos encargamos de toda la parte legal y de los tramites que se necesita cuando muere una persona
5	Logística	Aquí realizaremos un conjunto de medios y métodos para llevar acabo la organización de nuestra funeraria y poder ofrecer un buen servicio
6	Control de inventarios	Aremos procesos q nos ayuden al suministro y accesibilidad para minimizar los tiempos y costos de nuestro servicio q ofrecemos
7	Servicios higiénicos	Se contará con servicios higiénicos adecuados para el uso personal tanto para los trabajadores como para nuestros clientes

8	Almacén de nuestros productos	Aquí se guarda por periodos cortos nuestros cuadros y anuncios de nuestra funeraria y lo adecuamos para poder sacarlo de una manera fácil para mostrárselo a un cliente
---	-------------------------------	---

Metrajes del local

Tabla 26 Metrajes del local

Ambientes	Área (m2)
Oficinas administrativas	2.90
Recepción	2.20
Servicio al cliente	2.70
Centro de papelería	2.30
Almacén	1.80
Servicios higiénicos	1.50
logística	1.60
control de inventarios	2.10
TOTAL	16.10

3.7.2. Distribución de local

3.7.2.1. Criterios para la distribución de la oficina

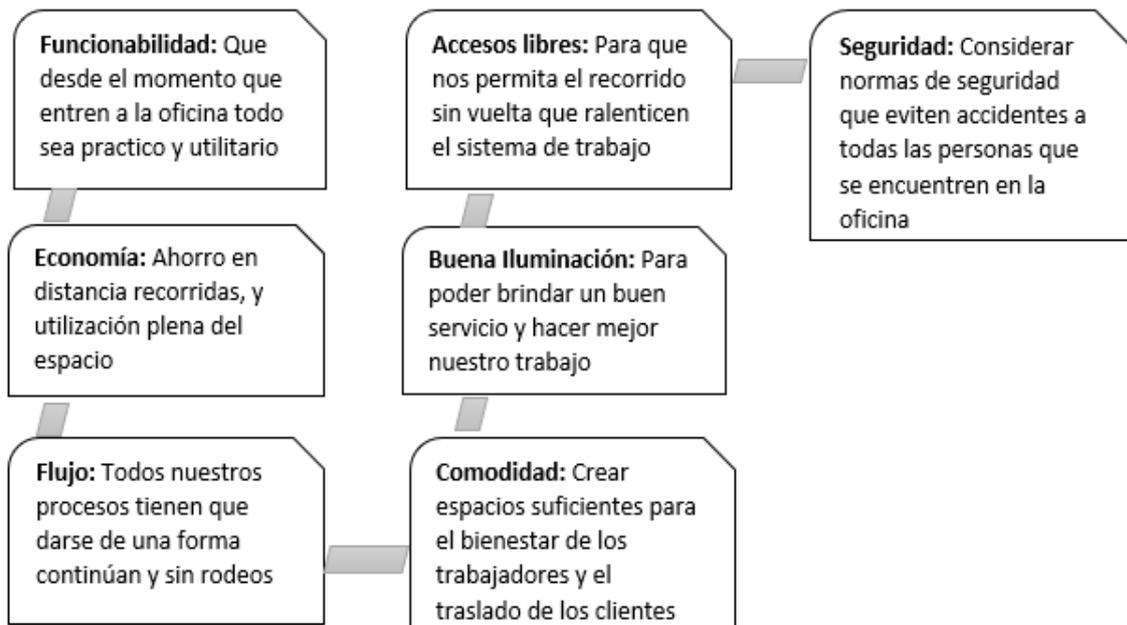


Ilustración 6 Criterios

Fuente propia

3.7.2.2. Distribución de la oficina

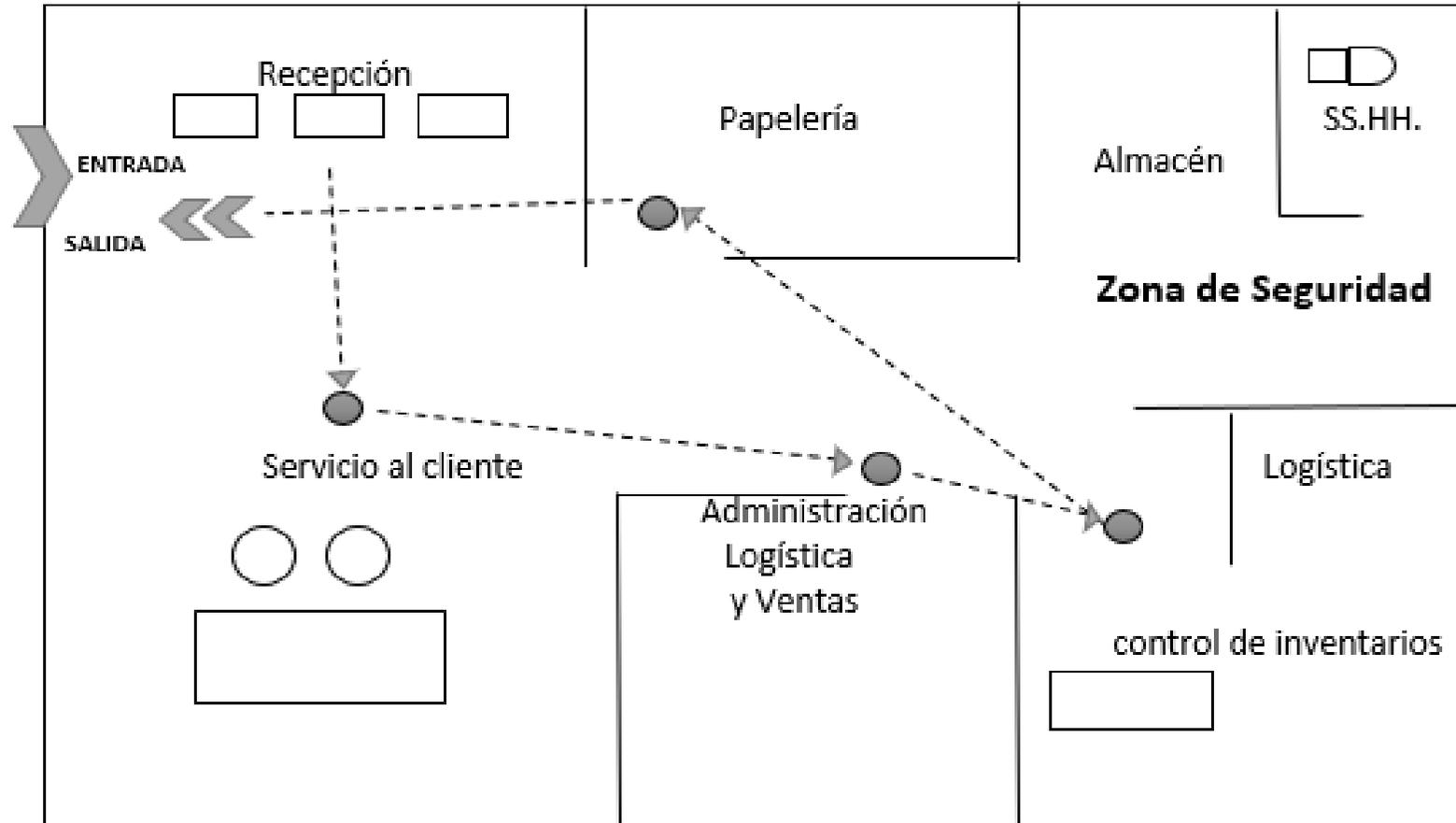


Ilustración 7 Distribución del local

Fuente propia

3.8.Tamaño de producción

Atenderemos a 20 personas mensualmente según la proyección de demanda.

3.8.1. Requerimientos de recursos humanos

Tabla 27 Requerimientos de recursos humanos

Tipo personal (operativo administrativo)	Personal requerido (puesto de trabajo)	Cantidad de personal	Dedicación del personal	Costo por periodo mensual (por persona)	Costo por periodo mensual (total)
Administrativo	Gestor de logística	2	Tiempo completo	S/.2000.00	S/ 4,000.00
Operativo	Gestor de relaciones comerciales	1	Tiempo completo	S/.1500.00	S/ 1,500.00
Administrativo	Secretaria	1	Tiempo completo	S/.1000.00	S/ 1,000.00
Operativo	Vendedor/apoyo	1	Tiempo completo	S/.1200.00	S/ 1,200.00
Operativo	Limpieza	1	Por evento	S/.950.00	S/ 950.00
Operativo	Gestor de sistemas	1	Por ocasión	S/.1500.00	S/ 1,500.00
Operativo	Seguridad	1	Tiempo completo	S/.1800.00	S/ 1,800.00
Operativo	Mecánico	1	Por ocasión	S/.1000.00	S/ 1,000.00

3.8.2. Requerimientos de maquinaria y equipo

Tabla 28 Requerimientos de maquinaria y equipo

Tipo personal	Máquina o equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Productos que la utilizan
Operativa	Coche manual porta ataúdes	02	S/.350.00	S/.700.00	Para transportar ataúdes a distancias cortas.
Operativo	Celulares	4	S/.1000.00	S/.4000.00	Para comunicación interna
Operativa	Eleva féretros	01	S/.6500.00	S/.6500.00	Uso operativo
Administrativo	Computadora	02	S/.4500.00	S/.9000.00	Para hacer el diseño de las placas.
Administrativo	Impresora láser	01	S/.1215.00	S/.1215.00	Para imprimir los documentos de los contratos y trámites.
Operativo	Van porta flores	01	\$10690.00	\$10690.00	Para transportar los adornos florales.
Operativo	Equipo de indumentaria	10	S/. 100.00	S/. 1000.00	Para laborar en la empresa
Operativo	Movilidad interna	1	S/. 85	S/.2000.00	Para transportar materiales
Operativo	Banners	3	S/. 30.00	90.00	Promoción de la empresa
Administrativo	Útiles de escritorio	1	S/. 200.00	S/.200.00	Para trabajo en oficina

Capítulo VI: Estudio administrativo, legal y organizacional

4.1. Estudio administrativo

4.1.1. Filosofía empresarial

✓ Misión

Somos una empresa dedicada a brindar servicios integrales funerarios, comprometidos con el medio ambiente, así mismo generando empleo y desarrollo en nuestro entorno, brindamos un servicio integral de calidad acorde a las necesidades de personalización y exclusividad de nuestros clientes, cumpliendo con los requisitos legales vigentes de nuestro sector; además desarrollaremos nuestras operaciones en un clima laboral cálido y eficiente.

✓ Visión

Al año 2022 ser la primera opción para nuestros clientes, elegidos por nuestra efectividad, puntualidad y calidad en los servicios; así mismo reconocidos por la calidad humana, empatía y buen trato de nuestra gente y por la contribución a la comunidad , en Huancayo.

✓ Objetivos

- Posicionar la marca de nuestra empresa en todo el mercado a nivel local.
- Lograr la calidad total de nuestro servicio.
- Conseguir la efectividad de nuestros procesos con el uso necesario de los factores productivos y tiempos de producción.
- Alcanzar tiempos óptimos de entrega de nuestros servicios.

✓ Metas

- Llegar a un 100 % de nuestros clientes a nivel local con el uso de marketing estratégico para el año 2021.
- Conseguir un 97% de servicios conformes al culminar el periodo 2022.
- Lograr alcanzar el 95% de capacidad en los procesos para el año 2022.
- Conseguir la utilización de un 100% de los recursos empleados en el proceso productivo para el año 2022.
- Cumplir con un 100% de entregas conformes, en el tiempo establecido como plazo óptimo de entrega para el periodo 2021.

✓ Indicadores

Tabla 29 Indicadores

Meta	Indicador	Fórmula
Llegar a un 100 % de nuestros clientes a nivel local con el uso de marketing estratégico para el año 2021.	Indicador de participación	$IP = \frac{\text{Cantidad de clientes alcanzados en campañas}}{\text{Cantidad total de clientes a nivel local}} \times 100\%$
Conseguir un 97% de servicios conformes al culminar el periodo 2022.	Indicador de productos conformes	$IC = \frac{\text{Cantidad de servicios conformes}}{\text{Cantidad total de servicios}} \times 100\%$
Lograr alcanzar el 95% de capacidad en los procesos para el año 2022.	Indicador De capacidad de procesos	$IP = \frac{\text{Utilización del proceso}}{\text{Cantidad total de capacidad}} \times 100\%$
Conseguir la utilización de un 100% de los recursos empleados en el proceso productivo para el año 2022.	Indicador de utilización	$IU = \frac{\text{Cantidad utilizada de la materia prima}}{\text{Cantidad total de materia prima}} \times 100\%$
Cumplir con un 100% de entregas conformes, en el tiempo establecido como plazo óptimo de entrega para el periodo 2021.	Indicador de entregas	$IE = \frac{\text{Cantidad de entregas conformes}}{\text{Cantidad total, de entregas}} \times 100\%$

✓ Valores de la empresa

- Responsabilidad
- Respeto
- Empatía
- Apoyo
- Puntualidad
- Cooperación

4.2. Aspecto legal

4.2.1. Clasificación de la empresa

Tabla 30 Clasificación

Constitución legal	Por el tamaño	Por el tipo de actividad	Según propiedad	Régimen tributario
La empresa está constituida por un grupo de socios que conformaran una persona jurídica llamada: Central Paz S.R.L Se escoge la Sociedad de Responsabilidad Limitada.	Microempresa: Se considera microempresa debido a que no se contara con más de 20 empleados en la etapa temprana de su formación.	Servicio: La actividad al realizar es brindar un homenaje a las familias a sus seres queridos.	Privada: El proyecto tiene fines propios y/u objetivos por lo que se considera de propiedad privada.	Mype: Se forma por uno a diez personas Un máximo de ventas del servicio de 150 UIT.

4.2.2. Marco legal

- Tipo de empresa Servicios funerarios:

Ley de Cementerios y Servicios Funerarios Ley N° 26298 menciona las características básicas que debe de tener la prestación de servicios , y bajo que condiciones se pueden realizar las actividades pertinentes.

- Constitución legal : Ley General de Sociedades Ley N° 26887

El Perú cuenta en la actualidad con una importante norma que consagra los lineamientos jurídicos de las sociedades, la Ley N° 26887 -Ley General de Sociedades-, vigente desde el año 1998, y con algunas modificaciones, es un conglomerado de reglas jurídicas que forman parte del ordenamiento comercial buscando como fin mediato un comportamiento formal y adecuado de las diversas formas societarias. La Nueva Ley General de Sociedades -en adelante LGS- a diferencia de la anterior Ley de Sociedades Mercantiles, consagra importantes y novísimos institutos y reglas para un mejor manejo societario.

- Régimen tributario : Ley N° 30056 identifica las características de las MYPYMES

La Ley N° 30056, la misma que incorpora importantes modificaciones a diversas leyes en el ámbito tributario, laboral y otras disposiciones legales de carácter general, bajo el esquema siguiente:

- a. Eliminación de barreras burocráticas a la actividad empresarial,
- b. Medidas para la simplificación administrativa del régimen especial de recuperación anticipada del IGV,
- c. Simplificación de autorizaciones municipales para propiciar la inversión en materia de servicios y obras públicos de infraestructura,
- d. Medidas para facilitar la calificación de proyectos de habilitación urbana y de edificación,

- e. Medidas para la agilización de mecanismos de obras por impuestos,
- f. Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial,
- g. Medidas de apoyo a la gestión y al desarrollo productivo empresarial, y
- h. Medidas tributarias para la competitividad empresarial.

4.2.3. Formalización

4.2.3.1. Formalización registral

Los pasos para la formalización de la empresa son:

Búsqueda y reserva del nombre en Registros Públicos

Este paso solo lo deben seguir las Personas Jurídicas. Debes de acudir a la Oficina de Registros Públicos y verificar que no exista ya registrado el nombre o razón social que queremos para nuestra empresa. Una vez realizada la búsqueda y confirmado que no existe el nombre, podemos hacer la reserva de la misma para que otra empresa no pueda inscribirse con el mismo. Dicha reserva tiene una duración de 90 días.

Elaboración de la minuta

Este paso también es realizado solo por la Persona Jurídica. Este documento debe contener la declaración de voluntad de construir una empresa, la cual debe estar firmada por un abogado. En el documento se tiene que declarar el tipo de empresa a formalizar, su ubicación, el tiempo de duración, datos de los socios, los estatutos, entre otros.

Elevación de la minuta

Como en los pasos anteriores, esta debe ser hecha por la Persona Jurídica. Una vez redactada la minuta, esta debe ser enviada ante un notario público para que la revise. El documento debe de estar acompañado por el comprobante de depósito del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa, un inventario detallado de los bienes y un certificado de la Oficina de Registros Públicos donde no existe otro nombre igual al que se registrará.

- ✓ Inscribir escritura pública en Registros Públicos

Este paso solo será para las Personas Jurídicas. Una vez realizada la escritura pública, el notario llevará el documento a la Oficina de Registros Públicos en donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir la empresa.

- ✓ Obtención del RUC

Para obtener el RUC es necesario ir a la SUNAT para iniciar el registro. Dicha entidad es la encargada de administrar, fiscalizar y recaudar los tributos que dará la empresa durante su funcionamiento. El RUC es necesario para cualquier gestión que se haga en la SUNAT y es de uso exclusivo del titular que lo pidió.

4.2.3.2. Formalización tributaria (régimen tributario)

- ✓ Elegir régimen tributario

La elección del régimen tributario también se hace en la sede de la SUNAT, la cual puede ser el Régimen Único Simplificado (RUS), el Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) o el Régimen General. “El RUS es para aquellas empresas que tienen un solo socio donde se pagará sobre las ventas hechas y solo puede emitir boletas. Pero si el cliente desea pagar mediante una factura debes pasarte al Régimen Especial, el cual se basa en pagar una renta mensual (1.5% sobre tus ventas) y el IGV”, asegura Muzio Mongrut.

4.2.3.3. Formalización laboral (régimen laboral)

- ✓ Compra y legalización de libros contables

Es necesaria la compra de libros contables según el régimen tributario escogido, el cual tiene que ser llevado a la notaria para que sean legalizados por un notario.

- ✓ Inscribir a trabajadores en EsSalud

Los trabajadores de la empresa deberán ser registrados al Seguro Social de Salud mediante un formulario que se puede obtener en la SUNAT.

4.2.3.4. Formalización municipal

- ✓ Solicitud de la licencia municipal

Este sería el último paso para formalizar correctamente tu empresa. Debes acudir a la municipalidad del distrito en donde estará ubicada tu empresa. Los documentos que tienes que llevar a la municipalidad son una fotocopia del RUC, el certificado de zonificación, el contrato de alquiler o del título de propiedad del local, una copia de la escritura pública, recibo de pago por derecho de licencia y el formulario de solicitud.

4.2.4. Organización empresarial



Ilustración 8 Organigrama

4.2.5. Presupuesto formalización

Tabla 31 Presupuesto de formalización

Detalle	Descripción	Precio total
FORMALIZACIÓN DE UNA EMPRESA	Elaborar la Minuta de Constitución	S/.300.00
	Escritura Pública.	S/300.00

	Inscripción en los Registros Públicos (Estos primeros tres pasos son únicamente para empresas con personería jurídica)	S/.56.00
	Tramitar el REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTES (RUC)	0
	Inscribir a los trabajadores en ESSALUD.	0
	Solicitar permisos especiales en caso requiera su actividad económica.	S/257.00
	Tramitar la licencia municipal de funcionamiento	S/257.00
	Legalizar los libros contables ante notario público.	S/4.00

Capítulo V estudio económico

5.1. Cuadro de inversión inicial

Tabla 32 Inversión Inicial

Cuadro de inversiones				
Concepto	U.M.	CANT.	P.UNT	TOTAL
1. ACTIVOS FIJOS				
I. MAQUINARIA Y EQUIPO				
Coche manual porta ataúdes	ud	2	S/ 350.00	S/700.00
Celulares	ud	4	S/ 1,000.00	S/ 4,000.00
Eleva féretros	ud	1	S/6,500.00	S/ 6,500.00
Impresora láser	ud	1	S/ 1,215.00	S/ 1,215.00
Van porta flores	ud	1	S/10,690.00	S/ 10,690.00
Equipo de indumentaria	ud	10	S/ 200.00	S/ 2,000.00
2. MUEBLES Y ENSERES				
Banners	ud	3	S/ 300.00	S/ 900.00
Útiles de escritorio	ud	1	S/500.00	S/ 500.00
Muebles de recepcion	ud	1	S/1,500.00	S/ 1,500.00
Escritorio de oficina	ud	2	S/ 700.00	S/ 1,400.00
Sillas de oficina	ud	8	S/ 200.00	S/ 1,600.00
Separadores de oficina	ud	2	S/ 500.00	S/ 1,000.00
3. CAPITAL DE TRABAJO				
Costos fijos	ud	1	S/17,800.00	S/59,400.00
Costos variables	ud	1	S/ 171,600.00	S/171,600.00
4. GASTOS PREOPERATIVOS				
Formalización de la empresa	ud	1	S/ 1,174.00	S/ 1,174.00
Marketing	ud	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
TOTAL				S/274,179.00

5.1.1. Interpretación del cuadro de inversión inicial

La inversión inicial de la iniciativa es de S/274,179.00 nuevos soles para poder de esta manera realizar las operaciones de la empresa, considerando que para los costos fijos y variables se tomaron 3 meses mínimos iniciales.

5.2. Depreciación, amortización

✓ Depreciación

Tabla 33 Depreciación

Depreciación				
Descripción	Valor total	% de apreciación	Dep Anual	Dep Mensual
A MAQUINARIAS Y EQUIPOS MECÁNICOS				
Coche manual porta ataúdes	S/ 700.00	10%	S/70.00	S/ 5.83
Eleva féretros	S/ 6,500.00	10%	S/ 650.00	S/ 54.17
Impresora láser	S/9,000.00	10%	S/900.00	S/75.00
Van porta flores	S/ 1,215.00	20%	S/ 243.00	S/20.25
Equipo de indumentaria	S/ 10,690.00	10%	S/1,069.00	S/89.08
B.-EQUIPOS TECNOLÓGICOS				
Celulares	S/4,000.00	25%	S/ 1,000.00	S/ 83.33
Computadora	S/4,500.00	25%	S/1,125.00	S/93.75
C.-MUEBLES Y HERRAMIENTAS				
Banners	S/ 90.00	10%	S/9.00	S/ 0.75
Útiles de escritorio	S/ 200.00	10%	S/ 20.00	S/1.67
Muebles de recepción	S/ 1,500.00	10%	S/ 150.00	S/ 12.50
Escritorio de oficina	S/ 1,000.00	10%	S/100.00	S/ 8.33
Sillas de oficina	S/900.00	10%	S/ 90.00	S/ 7.50
Separadores de oficina	S/ 800.00	10%	S/ 80.00	S/ 6.67
Total mensual				S/ 458.83

✓ **Amortización**

Tabla 34 Amortización

Amortización				
Descripción	Valor total	% de depreciación	Dep anual	Dep mensual
Gastos preoperativos	S/ 2,174.00	10%	S/ 217.40	S/ 18.12

5.2.1. Interpretación de la depreciación y la amortización

- ✓ La depreciación mensual que tendrá la empresa por contar con máquinas, equipos y muebles es de S/ 458.83 nuevos soles .
- ✓ La amortización por gastos preoperativos mensuales son S/ 18.12 nuevos soles.

5.3. Costos fijos y variables por mes y año

✓ Costos fijos

Tabla 35 Costos fijos

Costos fijos mensual/anual				
Descripción	Monto unitario	Cantidad	MES= 4 servicios	Año 0
Sueldos del personal administrativo	S/12,950.00	1	S/12,950.00	S/155,400.00
Renta del local	S/3,000.00	1	S/3,000.00	S/36,000.00
Renta de vehículos	S/1,000.00	1	S/1,000.00	S/12,000.00
Pago de servicio de internet/teléfono	S/350.00	1	S/350.00	S/4,200.00
Pago de servicio de agua y luz	S/300.00	1	S/300.00	S/3,600.00
Pago de servicio de seguridad	S/200.00	1	S/200.00	S/2,400.00
Total	S/17,800.00		S/17,800.00	S/213,600.00

✓ Costos variables: Servicio Delux

Tabla 36 Costos variables Delux

Costos variables mensual/anual delux				
Descripción	Monto unitario	Cantidad	MES= 6 servicios	Año 0
Gestión de tramites documentarios	S/80.00	6	S/480.00	S/5,760.00
Contratación de espacio para velatorio	S/500.00	6	S/3,000.00	S/36,000.00
Contratación de servicio de buffet	S/ 700.00	6	S/4,200.00	S/50,400.00
Adquisición de ataúdes	S/ 900.00	6	S/5,400.00	S/64,800.00
Adquisición de arreglos florales	S/ 200.00	6	S/1,200.00	S/14,400.00
Contratación de decoración	S/200.00	6	S/1,200.00	S/14,400.00
Transporte interno	S/ 20.00	6	S/120.00	S/1,440.00
Homenaje	S/ 400.00	6	S/2,400.00	S/28,800.00
Contratación de grupo musical	S/ 900.00	6	S/5,400.00	S/64,800.00
Total	S/ 3,900.00		S/23,400.00	S/280,800.00

✓ Costo variables: Servicio Premium

Tabla 37 Costos Variables Premium

COSTOS VARIABLES MENSUAL/ANUAL PREMIUM				
DESCRIPCIÓN	MONTO	CANTIDAD	MES=8s	AÑO 0
Gestión de tramites documentarios	S/ 80.00	8	S/ 640.00	S/ 7,680.00
Contratación de espacio para velatorio	S/500.00	8	S/ 4,000.00	S/48,000.00
Contratación de servicio de buffet	S/ 500.00	8	S/ 4,000.00	S/48,000.00
Adquisición de ataúdes	S/ 900.00	8	S/ 7,200.00	S/86,400.00
Adquisición de arreglos florales	S/150.00	8	S/ 1,200.00	S/14,400.00
Contratación de decoración	S/200.00	8	S/1,600.00	S/ 19,200.00
Homenaje	S/ 300.00	8	S/ 2,400.00	S/28,800.00
Transporte interno	S/ 20.00	8	S/160.00	S/ 1,920.00
Total	S/ 2,650.00		S/ 21,200.00	S/ 254,400.00

✓ Costo variables: Servicio Básico

Tabla 38 Costos Variables Básico

Costos variables mensual/anual básico				
Descripción	Monto	Cantidad	MES=6s	Año 0
Gestión de tramites documentarios	S/80.00	6	S/ 480.00	S/ 5,760.00
Contratación de espacio para velatorio	S/500.00	6	S/3,000.00	S/36,000.00
Contratación de servicio de buffet	S/ 300.00	6	S/ 1,800.00	S/ 21,600.00
Adquisición de ataúdes	S/900.00	6	S/ 5,400.00	S/64,800.00
Adquisición de arreglos florales	S/ 100.00	6	S/ 600.00	S/ 7,200.00
Contratación de decoración	S/ 200.00	6	S/ 1,200.00	S/ 14,400.00
Transporte interno	S/ 20.00	6	S/ 120.00	S/1,440.00
Total	S/ 2,100.00		S/ 12,600.00	S/ 151,200.00

5.3.1. Interpretación de los costos fijos y variables

- ✓ Los costos fijos mensuales son S/17,800.00 nuevos y estos costos son distribuidos entre criterios necesarios para realizar el servicio de la empresa.
- ✓ Los costos variables para el paquete Delux mensuales son S/23,400.00 nuevos soles , para el paquete Premium son S/ 21,200.00 nuevos soles y finalmente para el paquete básico son S/ 12,600.00 nuevos soles.

5.4. Proyección de ventas mes y año

Tabla 39 Proyección de ventas

DETALLE DE INGRESOS	MES 1	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Demanda servicio	20	240	241	256	271	288
Ingreso por ventas	S/ 104,504. 34	S/ 1,254,052.0 8	S/ 1,258,286.0 8	S/ 1,321,796. 08	S/ 1,385,30 6.08	S/ 1,457,28 4.08

5.4.1. Interpretación de la proyección de ventas

La proyección de ventas de la empresa mensual es de 20 servicios distribuidos en los tres paquetes de servicio , al año tenemos 240 servicios de demandas y para los posteriores años un incremento de 0.03 en la demanda.

5.5. Punto de equilibrio

- Precio de venta Delux

Tabla 40 Precio de venta Delux

Costos/Precio de venta Delux			
C.V.U=	T= S/	3,900.00	U= S/ 3,900.00
C.F.U=	T=S/	17,800.00	U= S/ 890.00
C.T.U=			S/ 4,790.00
VALOR DE VENTA =	S/	4,790.00	S/ 718.50 S/ 5,508.50
PRECIO DE VENTA=	S/	5,508.50	S/ 991.53 S/ 6,500

- **Precio de venta Premium**

Tabla 41 Precio de venta Premium

Costos/Precio de venta Premium			
C.V.U	T=S/ 2,650.00	U=S/ 2,650.00	
C.F.U	T=S/ 17,800.00	U=S/ 890.00	
C.T.U		S/ 3,540.00	
VALOR DE VENTA =	S/ 3,540.00	S/ 708.00	S/4,248.00
PRECIO DE VENTA=	S/4,248.00	S/ 764.64	S/ 5,012.64

- **Precio de venta Básico**

Tabla 42 Precio de venta Básico

Costos/Precio de venta Básico			
C.V.U	T=S/ 2,100.00	U= S/ 2,100.00	
C.F.U	T=S/ 17,800.00	U= S/ 890.00	
C.T.U		S/ 2,990.00	
VALOR DE VENTA =	S/ 2,990.00	S/ 598.00	S/ 3,588.00
PRECIO DE VENTA=	S/ 3,588.00	S/ 645.84	S/ 4,233.84

- **Punto de Equilibrio**

Tabla 43 Punto de equilibrio

CONCEPTO	DELUX	PREMIUM	BASICO
PRECIO DE VENTA	S/ 6,500	S/ 5,013	S/ 4,234
COSTO DE VENTA	S/ 4,790.00	S/ 3,540.00	S/ 2,990.00
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	S/ 2,600.03	S/ 2,362.64	S/ 2,133.84
PROPORCIÓN DE VENTA	30%	40%	30%
COSTO FIJOS TOTALES	S/ 17,800.00	S/ 17,800.00	S/ 17,800.00
P.E.U.	6	7	8
P.E.S.	S/39,000.18	S/ 40,101.12	S/ 25,403.04

- **Gráfico P.E. Delux**

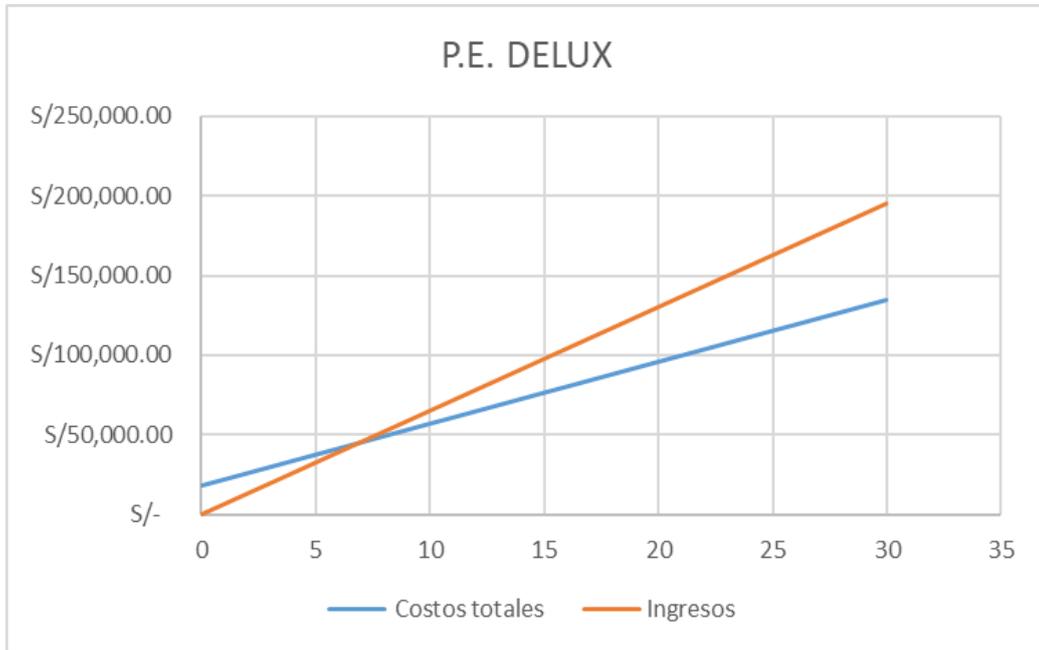


Ilustración 9 P.E. Delux

- **Gráfico P.E. Premium**

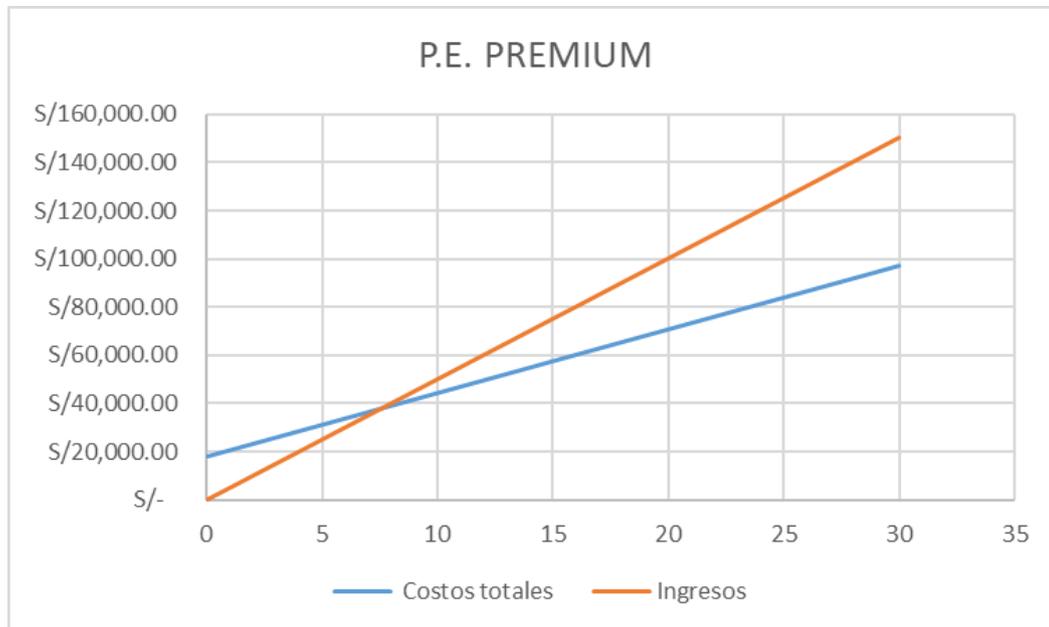


Ilustración 10 P.E. Premium

- **Gráfico P.E. Básico**

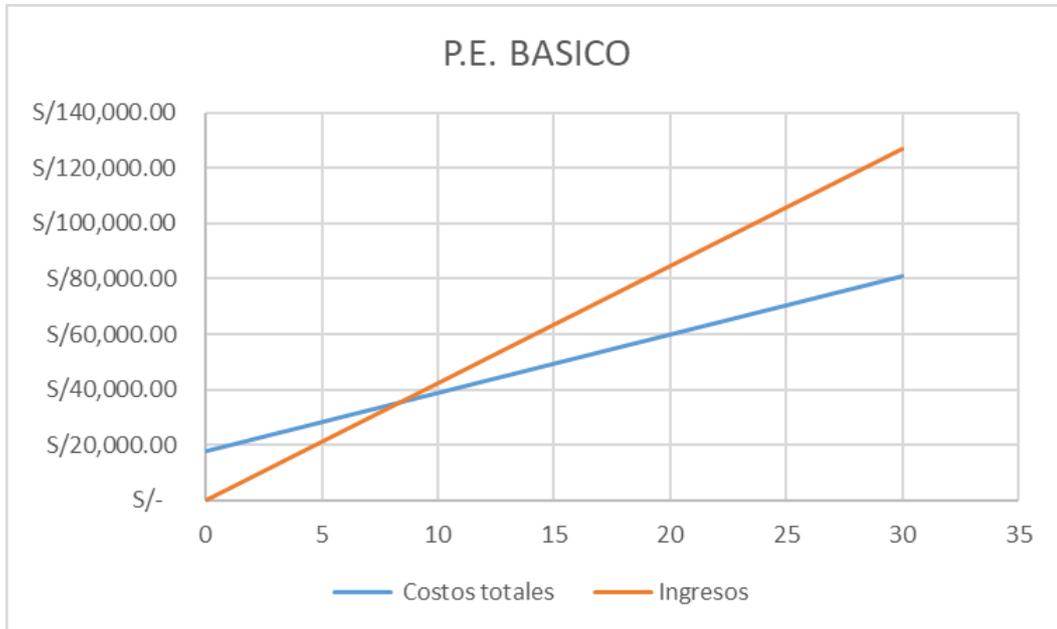


Ilustración 11 P.E. Básico

5.5.1. Interpretación del punto de equilibrio

Si la empresa Central Paz vende 6 servicios Delux , 7 servicios Premium y 8 básicos la empresa no gana ni pierde , si la empresa vende S/39,000.18 en paquete Delux , S/ 40,101.12 en Premium y S/ 25,403.04 en Básico , para no perder ni ganar, es decir tener un punto de equilibrio.

5.6. Flujo de caja económico

Tabla 44 Flujo Económico

FLUJO DE CAJA						
1. DETALLE DE INGRESOS	MES 1	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
1.1 INGRESO POR VENTAS	S/ 104,504.34	S/ 1,254,052.08	S/ 1,258,286.08	S/ 1,321,796.08	S/ 1,385,306.08	S/ 1,457,284.08
1.2 COBRO POR DEUDAS	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
1.3 OTROS INGRESOS	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
TOTAL DE INGRESOS	S/ 104,504.34	S/ 1,254,052.08	S/ 1,258,286.08	S/ 1,321,796.08	S/ 1,385,306.08	S/ 1,457,284.08
2 DETALLE DE EGRESOS						
Sueldos del personal administrativo	S/ 12,950.00	S/ 155,400.00	S/ 155,400.00	S/ 155,400.00	S/ 155,400.00	S/ 155,400.00
Alquiler local	S/ 9,000.00	S/ 45,000.00				
Renta de vehículos	S/ 1,000.00	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00
Pago de servicio de internet	S/ 350.00	S/ 4,200.00	S/ 4,200.00	S/ 4,200.00	S/ 4,200.00	S/ 4,200.00
Pago de servicio de agua y luz	S/ 300.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00
Pago de servicio de seguridad	S/ 200.00	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00
EGRESOS EN CONSUMO	S/23,800.00	S/ 222,600.00	S/ 222,600.00	S/ 222,600.00	S/ 222,600.00	S/ 222,600.00
Gestión de tramites documentarios	S/ 1,600.00	S/ 19,200.00	S/ 19,200.00	S/ 19,200.00	S/ 19,200.00	S/ 19,200.00
Contratación de espacio para velatorio	S/ 10,000.00	S/ 120,000.00	S/ 120,000.00	S/ 120,000.00	S/ 120,000.00	S/ 120,000.00

Contratación de servicio de buffet	S/ 10,000.00	S/ 120,000.00	S/ 120,000.00	S/ 120,000.00	S/ 120,000.00	S/ 120,000.00
Adquisición de ataúdes	S/ 18,000.00	S/ 216,000.00	S/ 216,000.00	S/ 216,000.00	S/ 216,000.00	S/ 216,000.00
Adquisición de arreglos florales	S/ 3,000.00	S/ 36,000.00	S/ 36,000.00	S/ 36,000.00	S/ 36,000.00	S/ 36,000.00
Contratación de decoración	S/ 4,000.00	S/ 48,000.00	S/ 48,000.00	S/ 48,000.00	S/ 48,000.00	S/ 48,000.00
Transporte interno	S/ 400.00	S/ 4,800.00	S/ 4,800.00	S/ 4,800.00	S/ 4,800.00	S/ 4,800.00
Homenaje	S/ 4,800.00	S/ 57,600.00	S/ 57,600.00	S/ 57,600.00	S/ 57,600.00	S/ 57,600.00
Contratación de grupo musical	S/ 5,400.00	S/ 64,800.00	S/ 64,800.00	S/ 64,800.00	S/ 64,800.00	S/ 64,800.00
EGRESOS OPERATIVOS	S/ 57,200.00	S/ 686,400.00	S/ 686,400.00	S/ 686,400.00	S/ 686,400.00	S/ 686,400.00
Amortización	S/ 18.12	S/ 217.40	S/ 217.40	S/ 217.40	S/ 217.40	S/ 217.40
Depreciación	S/ 458.83	S/ 5,506.00	S/ 5,506.00	S/ 5,506.00	S/ 5,506.00	S/ 5,506.00
TOTAL DE EGRESOS	S/81,476.95	S/ 914,723.40	S/ 914,723.40	S/ 914,723.40	S/ 914,723.40	S/ 914,723.40
UTILIDAD BRUTA	S/ 23,027.39	S/ 339,328.68	S/ 343,562.68	S/ 407,072.68	S/ 470,582.68	S/ 542,560.68
IMPUESTO	S/ 4,144.93	S/ 61,079.16	S/ 61,841.28	S/ 73,273.08	S/ 84,704.88	S/ 97,660.92
UTILIDAD NETA	S/ 19,359.41	S/ 283,972.92	S/ 287,444.80	S/ 339,523.00	S/ 391,601.20	S/ 450,623.16

5.6.1. Interpretación del flujo de caja económico

El flujo de caja para empresa anual es de S/283,972.92 en el año 0 de la empresa, lo cual representa un indicador positivo para la empresa.

5.7. Indicadores de rentabilidad

5.7.1. Vane y su interpretación

VAN
S/844,988.81

Interpretación: La empresa “Central Paz” tendrá una ganancia de S/844,988.81 que para este momento significa un monto positivo mayor a 0, esto significa que el plan es viable.

5.7.2. Tire y su interpretación

TIR
67%

Interpretación: La empresa “Central Paz” tendrá un tasa de retorno de la inversión positiva de 67% , lo cual hace al proyecto atractivo para los inversionistas por ser viable desde el punto de vista económico.

5.7.3. Beneficio / costo y su interpretación

Tabla 45 Costo Beneficio

Beneficio costo						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VPN - ingresos
Ingresos netos	S/1,254,052.08	S/1,258,286.08	S/1,321,796.08	S/1,385,306.08	S/1,457,284.08	S/5,024,079.61
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VPN - egresos netos
Egresos netos	S/914,723.40	S/914,723.40	S/914,723.40	S/914,723.40	S/914,723.40	S/3,467,521.36
Beneficio costo						1.45

Interpretación: Por cada sol invertido en el proyecto la recuperación es de 1.45 lo cual es rentable para la empresa.

5.7.4. Periodo de recupero y su interpretación

Tabla 46 Periodo de recuperación

Año	0	1	2	3	4
Demanda	240	241	256	271	288
Incremento en ventas en base a 4234 premium	0	4234	67744	131254	203232
Ventas del primero año	S/ 1,254,052.08	S/ 1,254,052.08	S/ 1,254,052.08	S/ 1,254,052.08	S/ 1,254,052.08
Ventas de los siguientes años	S/ 1,254,052.08	S/ 1,258,286.08	S/ 1,321,796.08	S/ 1,385,306.08	S/ 1,457,284.08
Utilidad (+ o -)	S/ 283,972.92	S/ 287,444.80	S/ 339,523.00	S/ 391,601.20	S/ 450,623.1576
Periodo de recuperación	En el primer año(año 0 +)				

Interpretación: El periodo de recuperación de la inversión será en el primer año con ganancias positivas a partir de este periodo.

6. Conclusiones

El plan de iniciativa empresarial “Central Paz” presenta indicadores positivos de inversión, rentable para cualquier inversionista, con una estructura económica y de gestión a corte con la demanda para responder y competir en el mercado.

7. Sugerencias

Se recomienda para lo posterior realizar un análisis profundo de todo el entorno empresarial, para poder esta manera considera los puntos mas importantes dentro de las estructuras principales de inversión.

8. Bibliografía utilizada

Bibliografía

Diario Gestion. (Lunes de Julio de 2017). Información estadística. *Información estadística trimestral*, pág. 15.

Inei. (2017). *Censo Nacional de poblaciones*. Huancayo: Inei.

Ministerio de salud. (2018). *Censo anual de estratos social*. Huancayo: Minsa.

9. Anexos

Matriz de evaluación para el impacto social positivo de un plan de negocio

N°	Variables de impacto social positivo (ODS)	Distrital	Provincial	Regional	Nacional	Mundial	Puntaje
1	Erradicar la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	1					1
2	Poner fin al hambre, conseguir la seguridad alimentaria y una mejor nutrición, y promover la agricultura sostenible	1					
3	Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos para todas las edades						
4	Garantizar una educación de calidad inclusiva y equitativa, y promover las oportunidades de aprendizaje permanente para todos						
5	Alcanzar la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas						
6	Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos						
7	Asegurar el acceso a energías asequibles, fiables, sostenibles y modernas para todos						
8	Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos		4				4
9	Desarrollar infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación						
10	Reducir las desigualdades entre países y dentro de ellos						
11	Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles						
12	Garantizar las pautas de consumo y de producción sostenibles						

13	Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos (tomando nota de los acuerdos adoptados en el foro de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático)						
14	Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, mares y recursos marinos para lograr el desarrollo sostenible						
15	Proteger, restaurar y promover la utilización sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar de manera sostenible los bosques, combatir la desertificación y detener y revertir la degradación de la tierra, y frenar la pérdida de diversidad biológica						
16	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles						
17	Fortalecer los medios de ejecución y reavivar la alianza mundial para el desarrollo sostenible						
Total							5

Interpretación: La Iniciativa Empresarial apoya al objetivo número 8 de la ONU : Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos