

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
SECCION DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN  
EN GERENCIA ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS**

**TÍTULO DEL INFORME FINAL**

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA FUNERARIA NUEVA GUADALUPE**

**PARA OPTAR PARA EL GRADO ACADÉMICO DE  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PRESENTADO POR:**

OSCAR ENRIQUE AGUIRRE FRANCO N° CARNET AF19001  
CANDIDA JOHANNA CASTILLO GIRÓN N° CARNET CG18040  
KARLA ALEXANDRA GUZMÁN ASCENCIO N° CARNET GA19058  
ANA SARAI VENTURA TREJO N° CARNET VT18002

**DOCENTE ASESOR:**

LIC. JORGE DANIEL BENITEZ ANDRADE

**AGOSTO DE 2025**

**SAN MIGUEL, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**AUTORIDADES CENTRALES**



**MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA**  
**RECTOR**

**MSC EVELYN BEATRIZ FARFAN**  
**VICERRECTORA ACADÉMICA**

**MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO**  
**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

**LIC. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA**  
**SECRETARIO GENERAL**

**LIC. CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA**  
**FISCAL GENERAL**

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL  
AUTORIDADES



MSC. CARLOS IVAN HERNANDEZ FRANCO  
**DECANO**

DRA. NORMA AZUCENA FLORES RETANA  
**VICEDECANA**

LIC. CARLOS DE JESUS SANCHEZ  
**SECRETARIO**

LIC. ARNOLDO ORLANDO SORTO MARTINEZ  
**JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

LICDA. LISSETH NOHEMY SALEH DE PERLA  
**COORDINADORA DEL PROCESO DE GRADO DEL DEPARTAMENTO DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS**

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la fuerza y la sabiduría necesarias para llegar hasta este momento tan importante de mi vida.

A mi madre, Rosa María, gracias por tu amor incondicional y por ser siempre mi mayor inspiración y apoyo. A mis hermanas, Fátima y Verónica Aguirre, les agradezco profundamente por su compañía, sus palabras de ánimo y por motivarme a seguir adelante.

También quiero dar un especial reconocimiento a mis amigas y compañeras de este trabajo final: Karla Guzmán, Saraí Ventura y Johanna Castillo, con quienes compartí esfuerzo, dedicación y aprendizajes que hicieron de este proceso algo más significativo.

Este trabajo, siendo el últimos antes de mi graduación, es un reflejo no solo de mi esfuerzo, sino también del apoyo y la confianza de todas las personas que han estado a mi lado.

**Oscar Enrique Aguirre Franco**

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme concedido la vida, la salud y la fortaleza necesarias para culminar esta etapa académica. A lo largo de este camino académico, he tenido la bendición de contar con el apoyo de seres queridos que con su cariño, comprensión y compañía hicieron posible alcanzar esta meta tan significativa en mi vida.

En primer lugar, agradezco de todo corazón a mis padres, René Gustavo Castillo Valladares y Silvia del Carmen Girón, por ser mi más grande ejemplo de esfuerzo, entrega y amor. Gracias por sus sacrificios, por su confianza en mí y por impulsarme siempre a dar lo mejor de mí misma.

A mis abuelos, Rosa Cándida Girón Castro y José Félix Salgado Jiménez, quienes con su sabiduría, consejos y oraciones me brindaron fortaleza y esperanza en cada etapa de este proceso. Su cariño incondicional ha sido un refugio y una inspiración constante.

Extiendo mi gratitud a toda mi familia, que de una u otra manera me apoyó incondicionalmente. Cada gesto, palabra y muestra de compañía se convirtió en motivación para continuar firme en mis propósitos y no rendirme ante las dificultades.

A mis amigos y compañeros, Oscar Aguirre, Sarai Ventura y Karla Guzmán, gracias por compartir conmigo momentos de esfuerzo, aprendizaje y alegría, que hicieron de este recorrido una experiencia más enriquecedora y significativa.

A mi persona, Candida Johanna Castillo Girón, me reconozco la perseverancia, la disciplina y la fortaleza que me han permitido superar obstáculos y mantener la convicción de alcanzar mis sueños. Este logro es fruto del amor, la unión y el apoyo de todas las personas que han estado a mi lado. A cada uno de ustedes, mi más sincero agradecimiento.

**Candida Johanna Castillo Giró**

En primer lugar, agradecer a **Dios todopoderoso** por darme vida, salud, y las capacidades para alcanzar este triunfo, sin él hubiese sido imposible lograrlo.

De manera especial agradezco a mis padres, Noel Alexander Guzmán Flores y Karla Patricia Fuentes Ascencio, por ser la base de mi vida, por su amor incondicional y esfuerzo constate que me ha permitido alcanzar este logro.

Expresar mi más profundo agradecimiento a mis abuelos, Juan Pablo Guzmán Aguilar y Rosa Maribel Flores, quienes han sido lo más importante en mi vida, mi mayor fuente de apoyo, inspiración y fortaleza. Su cariño y confianza han sido pilares fundamentales en todo este camino. A mi hermana Rosa, gracias por su apoyo constante en cada etapa de este proceso, por estar siempre a mi lado y brindarme su compañía, comprensión y ánimo inquebrantable.

Quiero también dar un sincero agradecimiento a mi mami Rosita, quien ha sido como una segunda madre para mí y a mi tío Geovany. A pesar de la distancia, su apoyo, consejos y cariño me han acompañado siempre. De igual manera a mi tío Pablo, quien ha sido un verdadero mentor y ejemplo a seguir como profesional y ser humano, depositando su confianza y motivándome a superarme cada día. También a mi tío David, por su apoyo constante y creer en mi, acompañándome con palabras de aliento y confianza a lo largo de este camino.

Asimismo, agradezco profundamente a Kenia, quien con su amistad, comprensión y compañía ha sido esencial en mi vida. Su apoyo en los momentos difíciles y su alegría en los buenos me han ayudado para seguir adelante. No puedo dejar de mencionar con mucho cariño a todos mis primitos, quienes con su ternura y alegría han llenado mi vida de motivación.

Finalmente, quiero agradecer a mis compañeros de trabajo, por su compromiso, esfuerzo y compañerismo durante este proceso. A cada uno de ustedes, mi eterno agradecimiento.

**Karla Alexandra Guzmán Ascencio**

En primer lugar, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios, por brindarme salud, fortaleza y la sabiduría necesaria para culminar mi carrera universitaria.

Asimismo, agradezco a mis padres, José Roberto Ventura y Doris Trejo quienes con su amor, apoyo y sacrificio hicieron posible alcanzar esta meta, mi madre quien ha sido la más grande fortaleza e inspiración de superación en esta vida la cual me ha ayudado a sobre pasar mis límites y llegar muy lejos.

A mis hermanos, Rubén, Kellyn, Kenia y Esteban quienes han sido un pilar fundamental en mi vida, agradezco profundamente su apoyo incondicional, sus palabras de ánimo, por su motivación a no rendirme nunca.

A mi tía Juana por ser como una segunda madre para mí, por su amor y apoyo incondicional.

A Pablo Guido, una persona importante y especial en mi vida, agradezco profundamente su apoyo constante, su comprensión en los momentos de mayor esfuerzo y su paciencia durante este proceso.

A mis amigos, quienes con su amistad sincera y apoyo me brindaron compañía, alegría y palabras de aliento en los momentos de mayor cansancio.

A mis docentes y asesores, les expreso mi más sincera gratitud por compartir su conocimiento, experiencia y tiempo.

Finalmente, agradezco a la Universidad de El Salvador por haberme brindado las herramientas y el espacio para crecer no solo como profesional, sino también como persona.

Este triunfo no es solo mío, sino también de todas las personas que me acompañaron en este camino y creyeron en mí.

**Ana Saraí Ventura Trejo.**

## ÍNDICE

### CONTENIDO

|  |    |
|--|----|
| <b>RESUMEN</b> .....   | 14 |
| <b>INTRODUCCION</b> .....                                    | 17 |
| <b>OBJETIVOS</b> .....                                       | 19 |
| <b>ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA</b> .....                        | 20 |
| <b>PRINCIPALES COMPETIDORES</b> .....                        | 20 |
| <b>BENCHMARKING DE LOS COMPETIDORES</b> .....                | 21 |
| <b>RETOS INDUSTRIALES</b> .....                              | 24 |
| <b>TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA FUNERARIA</b> .....            | 26 |
| <b>ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE PRODUCTO</b> .....              | 29 |
| <b>Modelo de Negocio de la Empresa</b> .....                 | 29 |
| <b>Listado de Productos</b> .....                            | 31 |
| <b>Paquete con Ataúd Tipo Resplandor</b> .....               | 35 |
| <b>Paquete con Ataúd Tipo Esplendor</b> .....                | 37 |
| <b>Paquete con Ataúd Tipo Honra</b> .....                    | 38 |
| <b>Paquete con Ataúd Tipo Imperial</b> .....                 | 39 |
| <b>Tabla de precios de los servicios funerarios</b> .....    | 40 |
| <b>Informe de Ventas de Productos/Servicios</b> .....        | 41 |
| <b>Observación en cuanto a calidad y presentación.</b> ..... | 43 |
| <b>Potenciales Nuevos Productos y Servicios</b> .....        | 45 |
| <b>Potenciales Nuevos Modelos de Negocio a Adoptar</b> ..... | 46 |
| <b>ADMINISTRACIÓN</b> .....                                  | 48 |
| <b>LIENZO CANVAS DEL NEGOCIO</b> .....                       | 48 |
| <b>FILOSOFÍA EMPRESARIAL</b> .....                           | 48 |
| <b>ORGANIGRAMA</b> .....                                     | 50 |
| <b>SISTEMA DE VENTA</b> .....                                | 52 |
| <b>FACTURACIÓN</b> .....                                     | 53 |
| <b>ERP (Enterprise Resource Planning)</b> .....              | 54 |
| <b>PLAN ESTRATÉGICO</b> .....                                | 54 |
| <b>FODA</b> .....  | 56 |
| <b>CUADRO FODA</b> .....                                     | 57 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>OBSERVACIONES FODA - FUNERARIA LA NUEVA GUADALUPE</b> .....             | 58  |
| <b>TALENTO HUMANO</b> .....  | 60  |
| <b>HABILIDADES INTERPERSONALES Y HABILIDADES TECNICAS</b> .....            | 61  |
| <b>NECESIDADES DE CONTRATACIÓN</b> .....                                   | 62  |
| <b>PROCESO DE CONTRATACIÓN</b> .....                                       | 64  |
| <b>EVALUACIONES DE DESEMPEÑO</b> .....                                     | 65  |
| <b>NECESIDADES DE CAPACITACIÓN (TÉCNICAS Y DE HABILIDADES)</b> .....       | 67  |
| <b>FINANZAS</b> .....  | 69  |
| <b>Clasificación de costos (mensuales)</b> .....                           | 69  |
| <b>Punto de equilibrio</b> .....   | 71  |
| <b>Estado de resultados (Mes 1 a Mes 3)</b> .....                          | 72  |
| <b>Balance general por mes</b> .....                                       | 74  |
| <b>Indicadores financieros</b> .....                                       | 76  |
| <b>OPERACIONES</b> .....   | 77  |
| <b>SERVICIO AL CLIENTE</b> .....   | 78  |
| <b>INNOVACIÓN</b> .....  | 81  |
| <b>AMBIENTE LABORAL</b> .....  | 83  |
| <b>ESTRUCTURA DEL PLAN DE MARKETING</b> .....                              | 85  |
| <b>Objetivo</b> .....  | 85  |
| <b>Objetivo General</b> .....  | 85  |
| <b>Objetivos Específicos:</b> .....  | 85  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> .....  | 86  |
| <b>COMUNICACIÓN</b> .....  | 88  |
| <b>PILARES DE CONTENIDO</b> .....  | 89  |
| <b>Palabras clave sugeridas para campañas digitales (Google Ads)</b> ..... | 91  |
| <b>ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA</b> .....                                    | 92  |
| <b>Canales de Publicación</b> .....  | 92  |
| <b>Calendario de contenido semanal</b> .....                               | 94  |
| <b>COLABORACIONES</b> .....  | 94  |
| <b>Alianzas Estratégicas con Externos</b> .....                            | 97  |
| <b>MARKETING DE PRODUCTOS</b> .....  | 97  |
| <b>CUSTOMER JOURNEY</b> .....  | 100 |
| <b>ACCIONES</b> .....  | 102 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Marketing digital</b> .....   | 102 |
| <b>Redes sociales</b> .....  | 103 |
| <b>Campañas</b> Las campañas de marketing se diseñan para atender diferentes objetivos estratégicos: ... | 103 |
| <b>MARKETING TRADICIONAL</b> .....   | 104 |
| <b>PRESUPUESTO (SUGERIDO)</b> .....  | 105 |
| <b>PROYECCIONES</b> .....  | 106 |
| <b>VENTAS</b> .....  | 107 |
| <b>PRODUCTO</b> .....  | 112 |
| <b>Puntos positivos:</b> .....   | 112 |
| <b>Áreas de mejora identificadas</b> .....   | 114 |
| <b>Recomendaciones</b> .....   | 115 |
| <b>ADMINISTRACION</b> .....  | 117 |
| <b>Puntos positivos</b> .....  | 117 |
| <b>Áreas de mejora</b> .....   | 118 |
| <b>OPERACIONES</b> .....   | 120 |
| <b>Puntos positivos</b> .....  | 120 |
| <b>Áreas de mejora</b> .....   | 122 |
| <b>Recomendaciones</b> .....   | 123 |
| <b>MARKETING</b> .....   | 125 |
| <b>Puntos positivos</b> .....  | 125 |
| <b>Áreas de mejora</b> .....   | 126 |
| <b>Recomendaciones</b> .....   | 127 |
| <b>PLAN ESTRATEGICO: CORTO PLAZO</b> .....   | 128 |
| <b>MEDIANO PLAZO</b> .....   | 129 |
| <b>LARGO PLAZO</b> .....   | 130 |
| <b>PRESUPUESTO DE PLAN ESTRATEGICO</b> .....   | 131 |
| <b>CONCLUSIONES GENERALES</b> .....  | 134 |
| <b>Bibliografía</b> .....  | 136 |
| <b>ANEXOS</b> .....  | 139 |
| Propósito del Puesto.....  | 141 |
| Funciones Principales.....   | 141 |
| Responsabilidades.....   | 141 |
| Perfil del Puesto.....   | 141 |

|  |            |
|--|------------|
| Condiciones del Puesto.....  | 141        |
| Propósito del Puesto.....  | 142        |
| Funciones Principales.....   | 142        |
| Responsabilidades.....   | 142        |
| Perfil del Puesto.....   | 142        |
| Condiciones del Puesto.....  | 142        |
| Asesor de ventas de servicios funerarios.....                              | 143        |
| Propósito del Puesto.....  | 143        |
| Funciones Principales.....   | 143        |
| Responsabilidades.....   | 143        |
| Perfil del Puesto.....   | 143        |
| Condiciones del Puesto.....  | 143        |
| <b>Tanatopractor / Embalsamador .....</b>                                  | <b>144</b> |
| Propósito del Puesto.....  | 144        |
| Funciones Principales.....   | 144        |
| Responsabilidades.....   | 144        |
| Perfil del Puesto.....   | 144        |
| Condiciones del Puesto.....  | 144        |
| <b>Chofer de carro fúnebre.....</b>  | <b>144</b> |
| Propósito del Puesto.....  | 144        |
| Funciones Principales.....   | 145        |
| Responsabilidades.....   | 145        |
| Perfil del Puesto.....   | 145        |
| Condiciones del Puesto.....  | 145        |
| Auxiliar de servicios funerarios (apoyo en velaciones e inhumaciones)..... | 145        |
| Propósito del Puesto.....  | 145        |
| Funciones Principales.....   | 145        |
| Responsabilidades.....   | 146        |
| Perfil del Puesto.....   | 146        |
| Condiciones del Puesto.....  | 146        |
| <b>Servicio de cafetería.....</b>  | <b>146</b> |
| Propósito del Puesto.....  | 146        |
| Funciones Principales.....   | 146        |

|   |            |
|---|------------|
| Responsabilidades.....                                | 146        |
| Perfil del Puesto.....                                | 147        |
| <b>ÍNDICE.....</b>                                    | <b>160</b> |
| <b>1. Introducción .....</b>                          | <b>161</b> |
| <b>2. Estructura Organizativa y Funciones .....</b>   | <b>161</b> |
| <b>3. Procesos Operativos Clave.....</b>              | <b>161</b> |
| <b>3.1 Atención al Cliente.....</b>                   | <b>161</b> |
| <b>3.2 Contratación de Servicios Funerarios .....</b> | <b>161</b> |
| <b>3.3 Preparación y Logística de Velatorio .....</b> | <b>161</b> |
| <b>3.4 Servicios Complementarios .....</b>            | <b>162</b> |
| <b>3.5 Planes de Previsión Funeraria .....</b>        | <b>162</b> |
| <b>4. Protocolos de Calidad y Servicio .....</b>      | <b>162</b> |
| <b>5. Políticas Internas de Trabajo .....</b>         | <b>162</b> |
| <b>6. Seguridad y Salud Ocupacional .....</b>         | <b>162</b> |
| <b>7. Indicadores de Gestión .....</b>                | <b>162</b> |
| .....   | 165        |

**INDICE DE TABLAS**

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 1: INFORME DE VENTAS DE PRODUCTOS/SERVICIOS .....           | 38  |
| Tabla 2: CUADRO FODA.....   | 51  |
| Tabla 3: HABILIDADES INTERPERSONALES Y HABILIDADES TECNICAS ..... | 55  |
| Tabla 4: CALENDARIO DE CONTENIDO SEMANAL .....                    | 81  |
| Tabla 5: PRESUPUESTO (SUGERIDO).....                              | 90  |
| Tabla 6: PLAN ESTRATEGICO: CORTO PLAZO .....                      | 130 |
| Tabla 7: MEDIANO PLAZO.....                                       | 131 |
| Tabla 8: LARGO PLAZO.....   | 132 |
| Tabla 9: PRESUPUESTO DE PLAN ESTRATEGICO.....                     | 133 |

## RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo diseñar un plan estratégico para la Funeraria La Nueva Guadalupe, ubicada en San Miguel, El Salvador, con el propósito de fortalecer su competitividad, sostenibilidad y posicionamiento en un mercado funerario en constante transformación. La metodología aplicada incluyó investigación documental, entrevistas y observación directa de los procesos internos, análisis financiero detallado y diagnóstico estratégico a través de la herramienta FODA. Además, se realizó benchmarking con funerarias competidoras en la zona oriental del país, lo que permitió contrastar buenas y malas prácticas en el sector y reconocer áreas de mejora. Los principales resultados reflejan que la empresa cuenta con más de 20 años de experiencia, atención empática y disponibilidad 24/7, lo que constituye un valor altamente apreciado por las familias. Sin embargo, se identificaron debilidades como la ausencia de un plan estratégico formal, procesos administrativos manuales, falta de digitalización y carencia de infraestructura propia para velaciones. El análisis financiero demostró que, con un promedio de 3 a 6 servicios mensuales, la empresa alcanza el punto de equilibrio y obtuvo utilidades netas de \$6,501 en un trimestre reciente. Asimismo, se evidenció que la oferta de servicios debe diversificarse para incluir planes previsionales, alternativas de cremación y opciones sostenibles.

En conclusión, Funeraria La Nueva Guadalupe posee una base sólida sustentada en su prestigio local y trayectoria, pero requiere modernizarse para responder a las tendencias actuales de digitalización, conciencia ecológica y personalización de servicios. La implementación de un plan estratégico integral le permitirá mejorar su gestión interna, incrementar su competitividad y consolidar un crecimiento sostenible en el mercado regional.

Palabras clave: Plan estratégico, servicios funerarios, digitalización, competitividad, sostenibilidad, FODA, benchmarking.

## **ABSTRACT**

This study aims to design a strategic plan for La Nueva Guadalupe Funeral Home, located in San Miguel, El Salvador, with the purpose of strengthening its competitiveness, sustainability, and positioning in a constantly evolving funeral market. The methodology applied included documentary research, interviews and direct observation of internal processes, detailed financial analysis, and a strategic diagnosis using the SWOT tool. Additionally, benchmarking with competing funeral homes in the eastern region of the country was conducted, which allowed the identification of both best practices and common weaknesses in the industry. The main findings show that the company has over 20 years of experience, empathetic customer service, and 24/7 availability, which represent key strengths highly valued by families. Nevertheless, weaknesses were identified, such as the lack of a formal strategic plan, reliance on manual administrative processes, absence of digital tools, and no in-house facilities for wakes. The financial analysis demonstrated that with an average of 3 to 6 monthly services, the business reaches its break-even point and obtained net profits of \$6,501 in a recent quarter. Furthermore, the study highlighted the need to diversify the service portfolio by including pre-arranged funeral plans, cremation alternatives, and environmentally friendly options.

In conclusion, La Nueva Guadalupe Funeral Home has a solid foundation supported by local prestige and years of experience, yet it must modernize to adapt to current trends of digitalization, ecological awareness, and service personalization. Implementing a comprehensive strategic plan will allow the company to strengthen its internal management, enhance competitiveness, and secure sustainable growth in the regional market.

Keywords: Strategic plan, funeral services, digitalization, competitiveness, sustainability, SWOT, benchmarking.

## INFORMACION GENERAL

**Nombre de la empresa:** Funeraria La Nueva Guadalupe

**Gerente General y propietario:** Guillermo Leonel Pineda Morataya

**Gerente de marca:** Leonel Stiven Pineda Arias

**Números de contacto inmediato:** (+503) 7541 9102 - (+503) 7929 8113

**Años de funcionamiento:** En la actualidad cuenta con 21 años en funcionamiento

**Rubro de la empresa:** Pompas fúnebres y actividades conexas.

**Redes sociales:**

**Facebook:** “Funeraria la Nueva Guadalupe”

**Instagram:** “funeraria\_n\_g”

**Tik Tok:** “funerarianuevaguadalupe”

**YouTube:** “Funeraria La Nueva Guadalupe”

**Dirección del establecimiento:** 5A Avenida Norte Bis 304, San Miguel

**Imagen Corporativa actual:**

**Horario de atención:** Todos los días de la semana las 24 horas del día.

**Promedio de ventas mensuales:** Pues esto cambia mes a mes, pero dando un estimado se venden de 3 a 6 servicios mensuales y el precio puede variar, mas no medir con exactitud ya que nuestros clientes varían en el nivel económico, esto sin contar los servicios preventivos y los alquileres de mobiliario.

## **INTRODUCCION**

El presente trabajo de investigación ha sido elaborado por estudiantes de la Universidad de El Salvador con el propósito de analizar, diagnosticar y proponer estrategias de mejora para la empresa Funeraria La Nueva Guadalupe, ubicada en San Miguel, la cual cuenta con más de dos décadas de experiencia en la prestación de servicios funerarios. La investigación surge como parte del compromiso académico de aplicar los conocimientos adquiridos en el aula a una empresa real, con el fin de identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, así como plantear soluciones que fortalezcan su competitividad en el mercado local.

Durante el desarrollo del estudio se abordaron aspectos fundamentales de la empresa tales como el análisis de la industria funeraria en la zona oriental del país, el modelo de negocio actual, los productos y servicios ofrecidos, los procesos administrativos, operativos y de servicio al cliente, así como el manejo de talento humano, finanzas y estrategias de marketing. Asimismo, se realizaron observaciones directas que permitieron evaluar la calidad y presentación de los servicios, complementadas con un análisis financiero que facilitó la comprensión de la situación económica de la organización.

El documento también incluye un diagnóstico estratégico mediante la herramienta FODA, con el que se identificaron los principales retos y áreas de mejora de la funeraria, así como propuestas concretas orientadas a la innovación, digitalización, fortalecimiento de la atención al cliente y posicionamiento de marca. De igual manera, se plantean recomendaciones para la diversificación de servicios y la implementación de planes de previsión funeraria, respondiendo a las necesidades del mercado.

Este trabajo representa un ejercicio académico, pero al mismo tiempo una contribución práctica que busca aportar valor a la Funeraria La Nueva Guadalupe, reafirmando la importancia

de la gestión estratégica, la planificación empresarial y la mejora continua en el desarrollo y sostenibilidad de las micro y pequeñas empresas en El Salvador.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVOS GENERALES**

Diseñar, desarrollar e implementar estrategias integrales de marketing digital y tradicional que permitan incrementar de manera sostenida la visibilidad y el posicionamiento de La Funeraria Nueva Guadalupe en el oriente de El Salvador, consolidando la fidelización de los clientes a través de una comunicación empática, el fortalecimiento de la identidad corporativa, la innovación en la oferta de servicios y el aprovechamiento de herramientas tecnológicas que impulsen la competitividad y sostenibilidad de la empresa en largo plazo.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

**Realizar un análisis FODA detallado** de la empresa que permita identificar las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, a fin de establecer un plan estratégico de mejora continua.

**Incrementar la presencia digital de la funeraria en un 40%** en un período de seis meses, a través de campañas publicitarias en redes sociales, posicionamiento en buscadores y contenido educativo.

**Implementar un sistema de gestión digital para ventas y facturación**, con el propósito de mejorar la eficiencia administrativa, el control financiero y la atención al cliente.

**Diseñar un catálogo físico y digital de productos y servicios funerarios**, que facilite la toma de decisiones de los clientes y brinde mayor claridad sobre los paquetes disponibles.

## **ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA**

### **PRINCIPALES COMPETIDORES**

En el mercado de servicios funerarios de San Miguel, El Salvador, se pueden identificar diversas empresas que representan una competencia directa y significativa para Funeraria La Nueva Guadalupe. Cada una de ellas ofrece características particulares que les permiten posicionarse dentro del sector y atraer a distintos segmentos de clientes. A continuación, se detallan los principales competidores:

#### **Funeraria Deluxe:**

Esta empresa se distingue por ofrecer servicios funerarios de alta calidad, los cuales están diseñados para atender las necesidades de familias que buscan un servicio integral con un alto nivel de confort y exclusividad. Sus instalaciones cuentan con amplias capillas de velación equipadas con aire acondicionado, lo que proporciona un ambiente más cómodo y digno para los asistentes. Asimismo, dispone de suites privadas que garantizan mayor privacidad y tranquilidad para los familiares cercanos. Entre sus servicios complementarios se encuentra el transporte de restos mortales desde el Aeropuerto Internacional de Comalapa, lo que demuestra su capacidad de atender situaciones de carácter nacional e internacional. Estas características convierten a Funeraria Deluxe en una opción de prestigio dentro del mercado local.

#### **Funeraria La Nueva Guatemala:**

Ubicada estratégicamente en la 7ª Avenida Norte, esta funeraria ofrece servicios completos que incluyen velaciones y sepelios en un entorno accesible y cercano a un punto de referencia importante como lo es el parque Medalla Milagrosa. Su localización resulta favorable, ya que se encuentra en una zona de fácil acceso para los habitantes de la ciudad y municipios cercanos. Esta funeraria representa una competencia directa para Funeraria La Nueva Guadalupe, puesto que

opera en la misma región y atiende a un público con necesidades similares. Además, su cercanía a áreas concurridas le permite tener mayor visibilidad y captar clientes potenciales que buscan un servicio inmediato y confiable.

#### **Funeraria La Esperanza SV:**

Esta empresa se ubica también en el municipio de San Miguel, con la particularidad de que extiende sus servicios a otras localidades cercanas, como San Luis de La Reina y San Antonio, siempre dentro del departamento de San Miguel. Su oferta incluye no solo servicios funerarios tradicionales, sino también una atención altamente personalizada que busca brindar acompañamiento cercano y humano a las familias en momentos difíciles. De igual forma, posee cobertura en el Parque Memorial El Edén, lo cual amplía su alcance y garantiza un servicio más completo. La atención individualizada y la presencia en diferentes zonas hacen que Funeraria La Esperanza SV sea un competidor con una propuesta de valor diferenciada.

#### **Funeraria Nuevo Amanecer:**

Esta Funeraria Nuevo Amanecer, también establecida en San Miguel. Su principal fortaleza radica en la variedad de servicios que ofrece, pues se adapta tanto a las necesidades de quienes buscan alternativas más económicas como a las familias que desean servicios funerarios de mayor lujo. Dentro de sus prestaciones se incluye la preparación de cadáveres y los traslados a cualquier parte del territorio nacional, lo que la convierte en una opción versátil y competitiva. Su capacidad de ajustarse a distintos presupuestos y su cobertura de traslados hacen que esta funeraria logre atraer a un segmento amplio de clientes, consolidando así su presencia en el mercado local.

### **BENCHMARKING DE LOS COMPETIDORES**

#### **Buenas prácticas:**

#### **Atención al cliente empática y profesional:**

Una de las principales buenas prácticas dentro del sector funerario es ofrecer una atención al cliente que se caracterice por la empatía y la profesionalidad. El trato que se brinda a las familias en duelo debe ser siempre respetuoso, comprensivo y humano, ya que atraviesan un momento de gran sensibilidad. Por ello, resulta indispensable contar con personal debidamente capacitado en el manejo del duelo, así como en el cumplimiento de protocolos funerarios que garanticen un servicio digno y adecuado. La preparación del equipo de trabajo no solo permite responder de manera correcta a las necesidades inmediatas de los clientes, sino también generar confianza y tranquilidad en un momento particularmente difícil para las familias.

### **Transparencia en precios:**

Otra práctica fundamental consiste en mantener total claridad y honestidad en los costos de los servicios ofrecidos. Desde el primer contacto, es necesario presentar tarifas claras, detalladas y accesibles, evitando cualquier tipo de cargos ocultos o sorpresas inesperadas durante el proceso. La transparencia en los precios no solo fortalece la credibilidad de la funeraria, sino que además protege a las familias de posibles abusos económicos en una etapa de vulnerabilidad. Garantizar que las tarifas estén disponibles y que cada servicio se explique de manera abierta genera confianza y demuestra responsabilidad empresarial.

### **Instalaciones limpias y cómodas:**

El estado de las instalaciones es otro aspecto clave en la prestación de un servicio funerario de calidad. Las capillas de velación deben estar debidamente climatizadas, limpias y ser accesibles para todos los asistentes. Asimismo, contar con espacios privados para el uso exclusivo de la familia permite un ambiente de mayor intimidad y recogimiento. Los servicios complementarios, como cafetería, música suave o áreas de descanso, contribuyen a brindar un entorno más humano

y confortable. Estos detalles marcan la diferencia entre un servicio básico y uno de calidad, ya que influyen directamente en la experiencia de quienes acuden a despedir a su ser querido.

### **Disponibilidad 24/7:**

Un servicio funerario de excelencia debe estar disponible en todo momento. La capacidad de responder de manera rápida y eficiente, sin importar la hora del día, es esencial. Por ello, la disponibilidad 24 horas los siete días de la semana representa una práctica indispensable. Esta atención permanente garantiza que las familias reciban asistencia inmediata en situaciones de emergencia, incluyendo el transporte oportuno del cuerpo y la coordinación ágil de los servicios requeridos. La rapidez de respuesta y la disposición del personal en todo momento generan tranquilidad y confianza en los clientes.

### **Malas prácticas:**

#### **Publicidad engañosa:**

Una de las prácticas más dañinas dentro del sector es recurrir a publicidad engañosa. Esto incluye prometer servicios que finalmente no se cumplen, exagerar las características de lo ofrecido o presentar promociones que resultan ser falsas o poco claras. Este tipo de acciones afectan gravemente la confianza del cliente, dañan la reputación de la empresa y ponen en riesgo su permanencia en el mercado. La honestidad en la comunicación es, por tanto, un aspecto fundamental para diferenciarse positivamente de la competencia.

#### **Infraestructura deficiente:**

El estado físico de las instalaciones refleja el nivel de compromiso de una funeraria con la calidad de su servicio. Capillas mal mantenidas, sin aire acondicionado, con mobiliario incómodo, iluminación deficiente, malos olores o falta de privacidad generan una experiencia negativa para los familiares y amigos que acompañan el proceso de duelo. Estas deficiencias no solo afectan la

comodidad de los usuarios, sino que también transmiten una imagen de descuido e informalidad, lo cual es contrario a lo que se espera de una institución dedicada a brindar servicios en momentos de dolor y solemnidad.

#### **Cobros abusivos o no justificados:**

Otro aspecto que representa una mala práctica es la implementación de precios excesivos sin una justificación clara. Cobrar tarifas infladas o incluir cargos adicionales de último minuto constituye un abuso hacia las familias, quienes en muchos casos no están en condiciones de cuestionar o negociar los costos debido a la urgencia de la situación. Estas prácticas generan desconfianza, dañan la imagen empresarial y pueden derivar en conflictos legales o quejas públicas.

#### **Falta de capacitación del personal:**

Un problema recurrente en algunas funerarias es la ausencia de formación adecuada en su personal. La falta de capacitación en protocolo funerario, manejo del duelo y servicio al cliente se traduce en una atención deficiente que puede agravar el dolor de las familias. El personal que no está preparado para atender con respeto y profesionalismo transmite una sensación de improvisación y descuido, lo que afecta directamente la calidad del servicio y la percepción de la empresa en el mercado.

### **RETOS INDUSTRIALES**

#### **Retos actuales**

#### **Competencia local más económica o informal:**

Uno de los principales retos que enfrenta actualmente la funeraria La Nueva Guadalupe es la fuerte competencia proveniente de otras empresas del mismo sector ubicadas en la zona. Muchas de estas funerarias ofrecen precios considerablemente más bajos, servicios de carácter express o

incluso atenciones que no cumplen con toda la normativa legal y regulatoria vigente. Este tipo de prácticas, aunque poco formales, resultan atractivas para ciertos clientes debido a la urgencia del servicio y a la limitación de recursos económicos. En consecuencia, la existencia de estas alternativas más económicas representa una amenaza directa para La Nueva Guadalupe, sobre todo si esta mantiene precios más altos sin ofrecer un valor agregado claramente diferenciado. El desafío radica, por tanto, en justificar los costos mediante un servicio superior, innovador y con beneficios visibles para las familias que justifiquen su elección.

### **Infraestructura y servicios tradicionales sin modernización:**

Otro reto importante está vinculado al mantenimiento de una infraestructura y de unos servicios que, si bien cumplen con lo básico, pueden percibirse como demasiado tradicionales o poco actualizados frente a las exigencias del mercado moderno. La ausencia de presencia digital, la falta de sistemas de pago en línea o la carencia de servicios innovadores como la transmisión virtual de velorios pueden hacer que la funeraria resulte menos atractiva, en especial para los clientes más jóvenes o mejor informados. Hoy en día, la comparación de opciones es una práctica común, y aquellos usuarios que encuentran alternativas con mayor tecnología y comodidad suelen preferirse frente a servicios tradicionales. Por ello, no adaptarse a estas tendencias implica un riesgo de pérdida progresiva de competitividad.

### **Tendencias que podrían afectarla si no se adapta**

#### **Digitalización de los servicios funerarios:**

La era digital ha transformado prácticamente todos los sectores, y el ámbito funerario no es la excepción. Cada vez más personas esperan encontrar información clara y detallada de los servicios funerarios a través de páginas web o redes sociales, así como tener la opción de realizar reservas de citas o pagos directamente desde un dispositivo móvil. La accesibilidad y la comodidad

son factores clave en la toma de decisiones del cliente actual. Si la empresa no se adapta a estas nuevas exigencias tecnológicas, corre el riesgo de perder visibilidad y de volverse menos accesible para un público que, en su mayoría, busca inmediatez y soluciones digitales. Por lo tanto, la digitalización no debe ser vista como una opción secundaria, sino como un paso indispensable para mantenerse vigente en un mercado cada vez más competitivo.

### **Creciente preferencia por la cremación y servicios minimalistas:**

Otro cambio de tendencia que está impactando al sector funerario es la creciente inclinación de las nuevas generaciones hacia la cremación y la organización de ceremonias más íntimas, simbólicas o minimalistas. Muchas familias optan por estas alternativas debido a que resultan más económicas, prácticas y, en algunos casos, más acordes con sus creencias o estilos de vida. Frente a esta realidad, las funerarias que únicamente ofrecen paquetes tradicionales que incluyen velación y entierro podrían perder competitividad en el mediano y largo plazo. Adaptar los servicios a estas nuevas preferencias no solo es una oportunidad de crecimiento, sino una necesidad para no quedar rezagados frente a la competencia.

## **TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA FUNERARIA**

La industria funeraria ha experimentado una evolución significativa en las últimas décadas, adaptándose progresivamente a los cambios culturales, tecnológicos y sociales que caracterizan a la sociedad actual. En tiempos anteriores, los servicios funerarios solían estar limitados a la prestación tradicional de velaciones e inhumaciones, con un enfoque principalmente ritualista y poco flexible. Sin embargo, hoy en día las funerarias han comenzado a adoptar una visión mucho más integral, humana y centrada en las necesidades emocionales de las familias, ampliando su oferta de servicios para responder a las nuevas expectativas de los clientes. Este proceso de transformación no solo se refleja en la manera en que se organiza y desarrolla una ceremonia, sino

también en la incorporación de innovaciones tecnológicas, de conciencia ambiental y de apoyo psicológico.

Entre las principales tendencias que destacan en la industria funeraria se encuentran las siguientes:

**Personalización de servicios:**

Cada vez más, los clientes buscan que las ceremonias fúnebres no sean actos genéricos, sino experiencias íntimas y significativas que reflejan las creencias, valores y tradiciones de la familia o de la persona fallecida. Esta tendencia responde a la necesidad de rendir un homenaje auténtico y respetuoso, lo cual implica incluir elementos religiosos, espirituales, culturales o incluso personales que doten de sentido único a la despedida. Las funerarias que logran ofrecer este tipo de personalización marcan una diferencia importante frente a los servicios convencionales, ya que transforman la ceremonia en un momento de recuerdo y conmemoración más cercano a la identidad del ser querido.

**Digitalización:**

La incorporación de herramientas tecnológicas es otro de los cambios más notorios en el sector funerario. Muchas funerarias han comenzado a implementar servicios de transmisión en vivo de velorios y funerales, permitiendo que familiares y amigos que se encuentran en otras ciudades o países puedan acompañar de manera virtual. Asimismo, se han desarrollado catálogos en línea que facilitan la selección de ataúdes, urnas y demás servicios, brindando comodidad y rapidez en momentos donde las decisiones deben tomarse con urgencia. Esta digitalización no solo moderniza los procesos internos, sino que también acerca a la empresa a un público más joven y habituado al uso de la tecnología en su vida diaria.

**Planes previsionales:**

La previsión funeraria ha tomado gran relevancia en los últimos años, ya que permite a las familias planificar con anticipación los gastos relacionados con este tipo de servicios. Los planes pagados con antelación no solo alivian la carga económica en momentos de duelo, sino que también brindan tranquilidad al saber que todo está organizado con anticipación. Esta modalidad ha sido bien recibida, ya que garantiza orden, seguridad financiera y evita que los seres queridos enfrenten dificultades inesperadas en medio de una situación emocionalmente compleja.

### **Conciencia ecológica:**

En respuesta a la creciente preocupación por el medio ambiente, han surgido nuevas opciones funerarias con un enfoque más sostenible. Los entierros ecológicos, el uso de urnas biodegradables y las cremaciones que buscan reducir la huella ambiental son cada vez más valorados por un sector de la población. Esta tendencia refleja un cambio cultural hacia prácticas más responsables y respetuosas con la naturaleza, integrando la despedida de un ser querido con valores de conservación ambiental que se han vuelto prioritarios en la sociedad contemporánea.

### **Atención psicológica y acompañamiento:**

Una de las transformaciones más significativas consiste en la incorporación de servicios de apoyo emocional y psicológico como parte de la oferta integral de las funerarias. La pérdida de un ser querido genera un impacto profundo en las familias, y contar con profesionales que brinden orientación, acompañamiento y contención emocional marca una diferencia importante. Este tipo de atención no solo ayuda a sobrellevar el proceso de duelo, sino que también contribuye a que la experiencia de los clientes sea más humana, cálida y comprensiva.

## **ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE PRODUCTO**

### **Modelo de Negocio de la Empresa**

El modelo de negocio de “**Funeraria La Nueva Guadalupe**” se fundamenta en la prestación de servicios funerarios integrales, diseñados cuidadosamente para atender las diversas necesidades de las familias en momentos de duelo. Dichos servicios se encuentran organizados en paquetes con distintos niveles de cobertura y valor agregado, lo que permite adaptarse a diferentes capacidades económicas y a las preferencias particulares de los clientes. Esta estrategia ofrece una alternativa flexible y accesible, ya que combina ingresos provenientes de la venta directa de servicios con la opción de cuotas de financiamiento que resultan más manejables para las familias. La empresa orienta sus esfuerzos principalmente hacia el mercado regional del oriente de El Salvador, un sector en el que existe una alta demanda de servicios funerarios que combinan calidad con sensibilidad humana. La propuesta se centra en ofrecer un servicio que no solo cumpla con los aspectos formales de una despedida, sino que también brinde un acompañamiento cercano y personalizado. La diferenciación de Funeraria La Nueva Guadalupe radica precisamente en su enfoque humano, en la variedad de prestaciones incluidas en sus paquetes y en la flexibilidad de sus planes de pago, lo que le permite alcanzar a un segmento amplio de la población.

Entre las características más destacadas de este modelo de negocio se encuentran las siguientes:

#### **Segmentación de mercado:**

La funeraria ofrece diversos planes que se ajustan a las posibilidades económicas de cada familia. Desde el Plan Básico, que cubre las necesidades esenciales, hasta el Plan Imperial, que integra servicios de mayor exclusividad y detalle. Esta segmentación permite atender tanto a familias que buscan un servicio accesible como a aquellas que prefieren una experiencia más completa y diferenciada.

**Diversificación de servicios:**

Cada uno de los planes ha sido diseñado para incluir no sólo los elementos tradicionales como el ataúd, sino también servicios complementarios que agregan valor. Entre ellos destacan el transporte del cuerpo, el altar para la velación, los insumos necesarios, elementos conmemorativos que permiten preservar la memoria del ser querido, y la posibilidad de transmisión en vivo de la ceremonia. Esta diversificación constituye un factor clave de competitividad, ya que responde a las nuevas demandas del mercado y ofrece soluciones más completas.

**Canales de venta:**

La estrategia de comercialización de la funeraria se desarrolla a través de distintos canales. Entre ellos se encuentran la venta directa en oficinas, la cual permite un contacto cercano con los clientes; la asesoría personalizada, que orienta y acompaña a las familias en la elección del plan más adecuado; y el contacto por medios digitales, que facilita la comunicación y amplía el alcance hacia públicos que buscan rapidez y comodidad al momento de informarse o contratar servicios.

**Propuesta de valor:**

La empresa proyecta como eje central de su modelo de negocio la propuesta de valor “Recordando historias, apreciando memorias”, la cual refleja su compromiso con un acompañamiento humano, respetuoso y digno. Esta frase no solo sintetiza la esencia de su misión, sino que también transmite la importancia de honrar la memoria del fallecido, reconociendo su historia de vida y ofreciendo a los familiares una experiencia de respeto y calidez en el proceso de despedida.

**Relación con el cliente:**

La relación que Funeraria La Nueva Guadalupe establece con sus clientes se caracteriza por la empatía y la personalización en el trato. Comprender las emociones de las familias,

responder a sus necesidades inmediatas y brindar un ambiente de confianza son elementos que fortalecen la percepción de calidad y diferencian a la empresa dentro del mercado regional.

### **Recursos clave:**

El éxito del modelo de negocio se sustenta en una serie de recursos estratégicos que resultan indispensables para garantizar la calidad del servicio. Entre ellos destacan el personal altamente capacitado en atención funeraria y manejo del duelo, la disponibilidad de ataúdes de diferentes tipos y calidades, la flota de carros fúnebres para asegurar un traslado digno y oportuno, así como el mobiliario necesario para las velaciones, que garantiza comodidad y solemnidad durante la ceremonia.

### **Listado de Productos**

La **Funeraria La Nueva Guadalupe** se caracteriza por ofrecer a las familias una amplia y completa gama de servicios funerarios, los cuales están organizados en paquetes diseñados para adaptarse a diferentes necesidades, tradiciones y posibilidades económicas. Cada uno de estos paquetes incluye diversos elementos de carácter logístico, religioso, alimenticio y conmemorativo, con el propósito de garantizar que el proceso de velación y sepelio se realice de una manera digna, respetuosa y ordenada. A continuación, se detallan los principales componentes que integran cada uno de los servicios ofrecidos:

#### **Paquete con Ataúd Tipo Jardín**

Este paquete se encuentra conformado por una serie de elementos pensados para cubrir de manera integral las necesidades básicas durante el proceso funerario. Incluye un ataúd tipo jardín, acompañado de un carro fúnebre que se encarga del traslado desde el lugar de residencia hasta el lugar de inhumación. Asimismo, se proporciona la instalación de dos canopis con alumbrado, que permiten acondicionar el espacio de velación. Para mayor comodidad de los asistentes, se ponen a

disposición setenta y cinco sillas, además de un altar especial que puede ser adaptado a las creencias religiosas de la familia, ya sea en la tradición cristiana o católica.

Dentro de los aspectos logísticos, se ofrece el traslado del fallecido desde el hospital o la morgue ubicada en la zona oriental del país hacia el lugar de velación. Además, se incluyen insumos alimenticios y de consumo básico, tales como cinco libras de azúcar, dos libras de café y agua suficiente para cubrir las necesidades durante el día de la velación y el sepelio. Para el servicio de alimentos, se proporcionan desechables suficientes para atender a cien personas, incluyendo vasos, platos, tenedores y servilletas. También se brinda un refrigerio compuesto por setenta y cinco piezas de pan y setenta y cinco tamales, elementos que permiten atender a los asistentes de manera práctica y respetuosa.

En cuanto al aspecto conmemorativo, el paquete incluye un recuerdo especial en memoria del fallecido, así como la opción de realizar una transmisión en vivo del evento, siempre que la disponibilidad de la señal telefónica lo permita. Finalmente, el paquete contempla el cortejo fúnebre y el servicio de cafetería para una noche, con lo cual se busca acompañar y facilitar a la familia en uno de los momentos más difíciles de la vida.

### **Paquete con Ataúd Tipo Ejecutivo**

Este paquete está orientado a ofrecer un servicio más amplio y con mayores prestaciones, diseñado para aquellas familias que deseen una atención más completa en el proceso funerario. Incluye un ataúd de dos tapones, lo cual representa una opción de mayor categoría y elegancia. Asimismo, contempla el traslado mediante carro fúnebre desde el lugar de residencia hasta el sitio de inhumación.

En lo que respecta a la logística, este paquete integra la instalación de dos canopís con alumbrado y una mayor disponibilidad de mobiliario, ya que se incluyen cien sillas, lo que permite

dar un mejor recibimiento a un mayor número de asistentes. También se ofrece un altar especial que puede ser adaptado a las creencias de la familia, respetando tanto la tradición cristiana como la católica.

Al igual que en el paquete anterior, se garantiza el traslado del fallecido desde hospital o morgue del oriente del país hasta el lugar de velación. En cuanto a la provisión de insumos, se incluyen cinco libras de azúcar, dos libras de café y agua suficiente para toda la jornada de velación y sepelio. Asimismo, se suministran desechables para cien personas, entre ellos platos, vasos, tenedores y servilletas, junto con un refrigerio de cien piezas de pan y cien tamales, lo que amplía la capacidad de atención hacia los presentes.

Este paquete también contempla un recuerdo conmemorativo, la opción de transmisión en vivo del servicio (dependiendo de la señal telefónica) y la organización de un cortejo fúnebre. Como complemento, se añade el servicio de cafetería para una noche, buscando que los familiares y acompañantes dispongan de un espacio adecuado de atención y descanso durante el desarrollo de la velación.

### **Paquete con Ataúd Tipo Eternidad**

El paquete denominado **Ataúd Tipo Eternidad** representa una opción diseñada para ofrecer un servicio funerario más completo y con mayor capacidad de atención hacia los familiares, amigos y personas cercanas al difunto. Este servicio contempla en primer lugar el uso de un carro fúnebre que se encarga del traslado del fallecido desde el lugar de residencia hasta el lugar de inhumación, garantizando un proceso digno y respetuoso. Asimismo, se incluye la instalación de dos canopís con su respectivo sistema de alumbrado, lo cual permite crear un ambiente apropiado, ordenado y solemnemente iluminado para la velación.

Para brindar comodidad a los asistentes, este paquete contempla un total de ciento veinticinco sillas, facilitando así el acomodo de los presentes durante la ceremonia. De igual manera, se incorpora un altar especial que puede ser adaptado tanto a la tradición cristiana como a la católica, de acuerdo con las creencias religiosas de la familia. En cuanto al traslado del cuerpo, se garantiza el transporte desde hospital o morgue del oriente del país hasta el lugar de velación, cubriendo así una de las necesidades más delicadas en este tipo de procesos.

Además de los aspectos logísticos, el paquete incluye la entrega de seis libras de azúcar y tres libras de café, junto con suficiente agua para toda la jornada de velación y el sepelio. Estos insumos permiten atender a los asistentes durante el tiempo que dure la ceremonia. También se proporcionan desechables suficientes para ciento veinticinco personas, incluyendo vasos, platos, tenedores y servilletas, lo cual facilita el servicio de alimentos. Para complementar la atención, se entregan ciento veinticinco piezas de pan y ciento veinticinco tamales, que se ofrecen a los participantes como un gesto de cortesía y acompañamiento.

En lo que respecta a los elementos conmemorativos, este paquete contempla un recuerdo especial en memoria del difunto, así como la posibilidad de realizar una transmisión en vivo del evento, siempre que las condiciones de señal telefónica lo permitan. Finalmente, se incluye la organización del cortejo fúnebre y la prestación del servicio de cafetería por una noche, lo que contribuye a ofrecer un acompañamiento integral y de calidad a la familia en un momento tan sensible.

### **Paquete con Ataúd Tipo Eternidad Especial**

El paquete **Ataúd Tipo Eternidad Especial** está orientado a brindar un servicio funerario más amplio y con un nivel de atención superior, diseñado para aquellas familias que desean ofrecer un homenaje más completo y con mayores prestaciones. Este servicio contempla el traslado del

cuerpo mediante carro fúnebre desde el lugar de residencia hasta el lugar de inhumación, asegurando el cumplimiento de este proceso con la solemnidad requerida. Además, se incluyen dos canopís con alumbrado, lo cual permite disponer de un espacio debidamente acondicionado para la velación, favoreciendo un ambiente de respeto, organización y recogimiento.

En cuanto a la capacidad de atención, este paquete cuenta con ciento cincuenta sillas, lo que facilita la recepción de un mayor número de acompañantes. Asimismo, se incorpora un altar especial, que puede ajustarse tanto a la tradición cristiana como a la católica, respetando las creencias religiosas de los familiares del difunto. El servicio también garantiza el traslado del fallecido desde hospital o morgue ubicada en la zona oriental del país hacia el lugar de velación, cubriendo así un aspecto esencial del proceso.

Entre los suministros incluidos, se contemplan ocho libras de azúcar y tres libras de café, además de agua para toda la jornada de velación y el sepelio. Para la atención de los asistentes, se disponen desechables suficientes para ciento cincuenta personas, incluyendo platos, vasos, servilletas y tenedores. A ello se suma un refrigerio compuesto por ciento cincuenta piezas de pan y ciento cincuenta tamales, lo que permite ofrecer un detalle de hospitalidad a todos los presentes durante la ceremonia.

En relación con los aspectos conmemorativos, este paquete incluye un recuerdo especial que permite honrar la memoria del fallecido, así como la opción de transmisión en vivo del acto fúnebre, dependiendo de la disponibilidad de señal telefónica. Asimismo, se garantiza la organización del cortejo fúnebre y, como un elemento diferenciador, se ofrece el servicio de cafetería por dos noches, lo que amplía las posibilidades de acompañamiento y atención hacia los familiares en este difícil momento.

### **Paquete con Ataúd Tipo Resplandor**

El paquete denominado **Ataúd Tipo Resplendor** constituye una opción de servicio funerario con mayores prestaciones y una cobertura más amplia en comparación con las alternativas básicas. Dentro de este paquete se incluye el uso de un carro fúnebre, encargado de realizar el traslado del cuerpo desde el lugar de residencia del difunto hasta el sitio de inhumación, garantizando que este procedimiento se lleve a cabo con el respeto y la solemnidad que la ocasión amerita.

Asimismo, el servicio contempla la instalación de tres canopís acompañados de su respectivo sistema de alumbrado, lo que permite disponer de un espacio debidamente acondicionado para la velación, brindando tanto comodidad como un ambiente digno y apropiado. Con el propósito de atender a un número considerable de asistentes, se incluyen doscientas sillas, las cuales facilitan la organización del evento y la recepción de familiares y amigos. Además, se incorpora un altar especial que puede ser adaptado de acuerdo con las creencias religiosas de la familia, ya sea en la tradición cristiana o católica.

En lo referente a la logística de traslado, se cubre el transporte del fallecido desde el hospital o la morgue ubicada en la zona oriental del país hasta el lugar de velación, lo que asegura que todo el proceso esté contemplado desde el inicio hasta el final. En cuanto a los insumos, se entregan diez libras de azúcar y cinco libras de café, junto con la cantidad necesaria de agua para cubrir las necesidades de consumo durante el día de la velación y el sepelio.

Con el fin de atender adecuadamente a los asistentes, se proporcionan desechables suficientes para trescientas personas, incluyendo vasos, platos, tenedores y servilletas. También se ofrece un refrigerio compuesto por doscientas piezas de pan y doscientos tamales, lo que contribuye a brindar hospitalidad y acompañamiento a quienes asisten a compartir el duelo.

El paquete incluye además un recuerdo conmemorativo, destinado a honrar la memoria del difunto, así como la posibilidad de realizar una transmisión en vivo del servicio funerario, dependiendo de la disponibilidad de señal telefónica en el lugar. A este conjunto de servicios se suma la organización del cortejo fúnebre, la entrega de treinta flores naturales para decorar el espacio y, finalmente, el servicio de cafetería por dos noches, lo que asegura que la familia y los acompañantes puedan contar con atención y apoyo durante el tiempo que dure la velación.

### **Paquete con Ataúd Tipo Esplendor**

El **Ataúd Tipo Esplendor** corresponde a un paquete funerario que ofrece un servicio de carácter integral y con mayor capacidad de atención en comparación con otros paquetes anteriores. Este incluye el uso de un carro fúnebre que traslada el cuerpo desde el lugar de residencia hasta el sitio de inhumación, asegurando que dicho proceso se realice bajo las condiciones adecuadas y con la formalidad que se requiere en estos momentos difíciles.

El servicio contempla la instalación de tres canopís con alumbrado, lo que permite contar con un espacio acondicionado de manera ordenada y solemne para el desarrollo de la velación. Adicionalmente, se incluyen doscientas veinticinco sillas para atender a los familiares y acompañantes, así como un altar especial que puede ser preparado de acuerdo con las creencias religiosas de la familia, ya sea en la fe cristiana o católica.

El traslado del fallecido desde hospital o morgue de la zona oriental del país hasta el lugar de velación también forma parte de este paquete, lo que asegura que los aspectos logísticos sean cubiertos de manera integral. En cuanto a los insumos alimenticios y de consumo básico, se incluyen doce libras de azúcar, seis libras de café y suficiente agua para la jornada de velación y el día del sepelio. Para el servicio de alimentos, se ponen a disposición desechables para trescientas personas, como platos, vasos, tenedores y servilletas, además de un refrigerio que consiste en

doscientas cincuenta piezas de pan y doscientos cincuenta tamales, lo cual permite cubrir de forma adecuada las necesidades de los asistentes.

Este paquete contempla también la entrega de un recuerdo conmemorativo, un detalle significativo que busca honrar la memoria del ser querido. Asimismo, se ofrece la posibilidad de transmisión en vivo de la ceremonia, de acuerdo con la disponibilidad de señal telefónica. En complemento, se organiza el cortejo fúnebre y se entregan treinta y cinco flores naturales para la decoración del espacio. Finalmente, se brinda el servicio de cafetería por dos noches, con el propósito de atender de manera más prolongada a los familiares y acompañantes.

### **Paquete con Ataúd Tipo Honra**

**El Ataúd Tipo Honra** forma parte de los paquetes funerarios diseñados por la Funeraria La Nueva Guadalupe para brindar un servicio más amplio y con mayores comodidades. Este servicio incluye, en primer lugar, el traslado del cuerpo mediante un carro fúnebre, que lleva al difunto desde el lugar de residencia hasta el sitio de inhumación, asegurando que todo el proceso se desarrolle de manera respetuosa y ordenada.

Para la velación, este paquete contempla la instalación de tres canopís con su respectivo sistema de alumbrado, lo cual permite adecuar un espacio apropiado y solemnemente iluminado. Además, se incluyen doscientas veinticinco sillas, con el objetivo de brindar comodidad a los asistentes y garantizar que los familiares y acompañantes puedan estar debidamente acomodados durante la ceremonia. El paquete también incorpora un altar especial, que puede ser adaptado según las creencias religiosas de la familia, ya sea dentro de la tradición cristiana o católica.

En lo referente a la logística, se cubre el traslado del fallecido desde hospital o morgue ubicada en la zona oriental del país hasta el lugar de velación, lo cual resulta fundamental para garantizar un proceso integral. Asimismo, este paquete ofrece insumos básicos para la atención de

los asistentes, como doce libras de azúcar, seis libras de café y agua suficiente para todo el día de velación y el sepelio. Con el fin de facilitar la organización, se incluyen desechables para trescientas personas, entre ellos vasos, platos, tenedores y servilletas.

Para la atención alimenticia, se proporcionan doscientas cincuenta piezas de pan y doscientos cincuenta tamales, que sirven como refrigerio para los presentes. Además, el servicio contempla la entrega de un recuerdo conmemorativo en honor al fallecido, así como la posibilidad de transmisión en vivo de la ceremonia, de acuerdo con la disponibilidad de la señal telefónica.

Este paquete también integra el cortejo fúnebre, la entrega de cuarenta flores naturales para la decoración del ambiente y el servicio de cafetería durante dos noches, lo que representa un acompañamiento adicional para la familia y amigos cercanos.

### **Paquete con Ataúd Tipo Imperial**

El **Ataúd Tipo Imperial** constituye la opción más completa dentro de la gama de servicios ofrecidos por la funeraria, siendo un paquete de carácter integral que incluye múltiples elementos de apoyo logístico, religioso y conmemorativo. En primer lugar, se garantiza el traslado del cuerpo en carro fúnebre desde el lugar de residencia hasta el lugar de inhumación. Para la velación, este servicio contempla la instalación de cuatro canopís con su respectivo sistema de alumbrado, lo que permite disponer de un espacio amplio, ordenado y solemnemente iluminado.

A diferencia de otros paquetes, este servicio incluye trescientas sillas, lo que asegura un adecuado recibimiento para un número mayor de asistentes. También se incorpora un altar especial, adaptable a las creencias religiosas de la familia, ya sea cristiana o católica. En cuanto a la logística del traslado, se cubre el transporte del fallecido desde hospital o morgue ubicada en la zona oriental del país hasta el lugar de velación, garantizando así que los familiares no deban preocuparse por este proceso delicado.

Entre los insumos contemplados, se ofrecen veinte libras de azúcar y diez libras de café, además de suficiente agua para cubrir las necesidades de la jornada de velación y del sepelio. Para la atención de los asistentes, se incluyen desechables para cuatrocientas personas, como vasos, platos, servilletas y tenedores. Sin embargo, a diferencia de otros paquetes, este servicio contempla un refrigerio más reducido, compuesto por setenta y cinco piezas de pan y setenta y cinco tamales. En cuanto a los elementos conmemorativos, el paquete incluye un recuerdo especial para honrar la memoria del fallecido, así como la opción de transmitir en vivo la ceremonia, dependiendo de la señal telefónica disponible. Adicionalmente, se organiza el cortejo fúnebre y se ofrece transporte en microbús para los familiares, según el lugar de velación, lo que constituye un apoyo logístico importante. Este servicio también incluye una hora de mariachis para acompañar la ceremonia, dos arreglos florales naturales, cincuenta flores naturales adicionales para la decoración del espacio y el servicio de cafetería durante dos noches, lo cual amplía significativamente la atención a los familiares en este difícil momento.

### **Tabla de precios de los servicios funerarios**

Todos estos servicios funerarios están organizados en una tabla de precios que varía de acuerdo con el tipo de paquete elegido y los beneficios incluidos en cada uno. Dichos precios van desde el plan más accesible, denominado **Básico**, cuyo costo es de **\$770.00**, hasta el plan más completo, el **Imperial**, cuyo valor asciende a **\$2,895.00**. La funeraria ofrece, además, la posibilidad de optar por primas y cuotas mensuales flexibles, lo que permite a las familias elegir la modalidad de pago que mejor se adapte a sus posibilidades económicas. Es importante resaltar que los precios pueden variar en función de la distancia del traslado del cuerpo y de los procesos de preparación requeridos, lo que evidencia la disposición de la funeraria por ajustar los costos de manera justa y transparente según cada caso.

## Informe de Ventas de Productos/Servicios

| Servicios          | Valor      | Cantidad | Total        | Porcentaje | Acumulado | Clasificación |
|--------------------|------------|----------|--------------|------------|-----------|---------------|
| Tipo Jardín        | \$880.00   | 12       | \$ 10,560.00 | 26.61%     | 26.61%    | A             |
| Tipo Ejecutivo     | \$1,026.00 | 8        | \$ 8,208.00  | 20.68%     | 47.29%    | A             |
| Tipo Básica        | \$770.00   | 7        | \$ 5,390.00  | 13.58%     | 60.87%    | A             |
| Tipo Esplendor     | \$1,925.00 | 1        | \$3,850.00   | 9.70%      | 70.57%    | A             |
| Tipo Imperial      | \$2,895.00 | 1        | \$2,895.00   | 7.29%      | 77.86%    | A             |
| Tipo Celestial     | \$2,200.00 | 1        | \$2,200.00   | 5.54%      | 83.40%    | B             |
| Tipo Honra         | \$1,955.00 | 1        | \$ 1,955.00  | 4.93%      | 88.33%    | B             |
| Tipo Resplandor    | \$1,855.00 | 1        | \$1,855.00   | 4.67%      | 93.00%    | B             |
| Tipo Eternidad (E) | \$1,482.00 | 1        | \$1,482.00   | 3.73%      | 96.73%    | C             |
| Tipo Eternidad     | \$1,293.00 | 1        | \$1,293.00   | 3.27%      | 100.00%   | C             |

servicios que ofrece la Funeraria La Nueva Guadalupe, los cuales han sido clasificados en diferentes categorías de acuerdo con su nivel de demanda y su aporte económico.

En primer lugar, se observa que los **servicios pertenecientes a la categoría A**, dentro de la cual se incluyen los planes **Tipo Jardín, Tipo Ejecutivo, Tipo Básica, Tipo Esplendor y Tipo Imperial**, representan aproximadamente el **50% del total de los servicios ofrecidos**. Sin embargo, a pesar de que constituyen solo la mitad de la oferta disponible, son los que generan el **77.86% de los ingresos totales de la empresa**. Este dato resulta fundamental, ya que demuestra que dichos servicios constituyen el pilar principal de la sostenibilidad financiera de la funeraria y son, en términos prácticos, los que más valor aportan tanto a la institución como a las familias que los contratan.

En segundo lugar, se encuentran los **servicios de la categoría B**, los cuales aportan el **15.14% de los ingresos**. Aunque su participación en los resultados económicos no es tan significativa como la de los de la categoría A, estos servicios poseen un **potencial de crecimiento importante**. Si la empresa decide invertir en una mayor promoción, o bien mejorar la presentación de dichos paquetes para hacerlos más atractivos a los clientes, podrían alcanzar un mayor nivel de aceptación en el mercado. En consecuencia, fortalecer esta categoría podría representar una estrategia viable para diversificar los ingresos y reducir la dependencia de los paquetes principales.

Por otra parte, los **servicios de la categoría C** muestran una participación mucho menor, generando únicamente el **6.27% de los ingresos**. Aunque su aporte es bajo y no influyen de manera significativa en los resultados generales de la empresa, cumplen una función importante al mantener la **variedad en la oferta** de servicios. En este sentido, si bien no constituyen una fuente de ingresos fuerte, pueden resultar útiles para atender a familias con necesidades específicas o presupuestos más limitados.

De forma general, este análisis confirma que la empresa debe enfocar la mayor parte de sus esfuerzos estratégicos y recursos en consolidar los servicios de la **categoría A**, ya que son los más rentables y demandados. Al mismo tiempo, conviene trabajar en el fortalecimiento de la **categoría B**, a fin de incrementar su participación en los ingresos globales. Finalmente, respecto a la **categoría C**, sería recomendable someter estos servicios a una evaluación profunda en cuanto a su rentabilidad y pertinencia dentro de la oferta, con el objetivo de determinar si deben mantenerse, modificarse o incluso eliminarse.

Es importante resaltar que los valores reflejados en el cuadro de análisis **pueden variar** debido a distintos factores. Uno de los aspectos más relevantes es que la funeraria ofrece **servicios**

**personalizados**, lo que significa que todos los planes pueden ser **modificados y negociados con cada familia**, con el propósito de adaptarlos a sus necesidades y preferencias específicas. Esto otorga flexibilidad a la empresa, pero al mismo tiempo implica que los ingresos proyectados no son siempre estáticos.

De igual manera, los valores analizados no contemplan el **costo de preparación del cuerpo**, ya que este puede variar considerablemente dependiendo de las condiciones particulares de cada caso. Algunas preparaciones resultan más complejas que otras y requieren un gasto adicional, ya que el personal debe enfrentarse a situaciones que implican **exposición a fluidos corporales, enfermedades infecciosas u otros escenarios que obligan a implementar protocolos de bioseguridad más estrictos**. Este aspecto incrementa el costo operativo y debe ser tomado en cuenta dentro de los procesos de planificación financiera de la empresa.

Por último, es importante señalar que los **servicios de repatriación y de recibimiento** no fueron incorporados en el cuadro de análisis debido a que no existe un **precio estándar** para este tipo de atenciones. Estos servicios dependen de múltiples variables, tales como el país de origen del fallecido, los trámites legales requeridos y la logística internacional, por lo que sus costos se determinan de manera individual en cada caso.

### **Observación en cuanto a calidad y presentación.**

A través de la **observación directa** realizada durante el desarrollo de este análisis, se pudo constatar que la **Funeraria La Nueva Guadalupe** cumple de manera satisfactoria con los estándares de calidad establecidos en lo que respecta tanto a los productos como a los servicios que ofrece. La institución se distingue por proporcionar un servicio **digno, respetuoso y profesional**, atendiendo con responsabilidad cada uno de los detalles que forman parte del proceso

funerario. Desde la preparación del cuerpo hasta la atención brindada a los familiares, el personal demuestra un alto nivel de **compromiso, dedicación y sensibilidad**, cualidades indispensables para una empresa que presta servicios en un momento tan delicado de la vida de las personas.

Se pudo observar, además, que la **atención al cliente es personalizada**, lo que genera confianza y tranquilidad en las familias que contratan los servicios. La puntualidad en el cumplimiento de los procedimientos, el cuidado en la presentación de los elementos utilizados y la capacidad de respuesta ante las necesidades particulares de cada familia reflejan el esfuerzo constante por mantener un servicio de calidad que se adapte a las expectativas de los usuarios.

No obstante, dentro de este proceso de evaluación también fue posible identificar una **limitación relevante**. La principal carencia detectada es la **ausencia de una sala de velaciones propia**. Esta situación no se presenta como un aspecto aislado, sino que responde, en parte, a las características culturales y sociales del país en el cual se encuentra la funeraria. En esta región, es común que las familias mantengan una tradición muy arraigada de velar a sus seres queridos en sus propios hogares, en el pueblo donde residían o en la iglesia a la que asistían. Dicho patrón cultural explica, en buena medida, por qué la falta de una sala de velación propia no se percibe como una deficiencia grave dentro del contexto nacional.

Sin embargo, aunque esta situación no afecta de manera directa la **calidad del servicio ofrecido**, sí puede considerarse una limitación desde la perspectiva de la **presentación general y de la experiencia integral** que la funeraria podría ofrecer. Contar con una sala de velaciones propia permitiría a la empresa disponer de un espacio especialmente diseñado para brindar mayor comodidad, privacidad y solemnidad a las familias. Además, se convertiría en un valor agregado que podría mejorar de manera significativa la percepción de los clientes sobre la institución.

De incorporar este recurso, la Funeraria La Nueva Guadalupe tendría el potencial no solo de **sobresalir frente a su competencia**, sino también de consolidar aún más su imagen como una empresa seria, profesional y capaz de ofrecer un servicio integral. La existencia de una sala de velaciones adecuada le permitiría ampliar su portafolio de servicios, fortalecer su reputación en el mercado y, al mismo tiempo, brindar a las familias un ambiente más acogedor y adaptado a sus necesidades, lo que en última instancia representaría un importante **avance en la calidad y presentación de sus servicios funerarios**.

### **Potenciales Nuevos Productos y Servicios**

#### **Planes funerarios pre pagados personalizados:**

Consisten en paquetes que las personas pueden contratar y pagar con anticipación, lo que les brinda la tranquilidad de dejar todo preparado y organizado para el momento de su fallecimiento. Estos planes se diseñan de manera flexible y se adaptan a los deseos, valores, costumbres familiares o creencias religiosas de cada cliente, garantizando que se cumpla con su última voluntad. Al mismo tiempo, representan un alivio económico y emocional para los familiares, ya que evitan que tengan que asumir gastos imprevistos en un momento de duelo.

#### **Servicio de recordatorios digitales:**

Se propone la creación de una plataforma web o aplicación móvil que sirva como un espacio virtual de memoria y homenaje. En ella, los familiares y amigos podrían dejar mensajes de despedida, compartir fotografías, grabaciones o incluso videos conmemorativos en honor al ser querido. De esta manera, los recuerdos permanecen almacenados de forma segura y accesible, permitiendo que la memoria del difunto se mantenga viva y cercana a todos sus seres queridos.

#### **Servicios ecológicos:**

Pensados para aquellos clientes que priorizan el respeto por el medio ambiente y buscan alternativas sostenibles. Entre estas opciones se incluyen entierros verdes, urnas biodegradables y la iniciativa de reforestación conmemorativa, que consiste en plantar un árbol por cada persona fallecida. Con ello, además de despedir dignamente al ser querido, se genera un legado positivo que contribuye al cuidado de la naturaleza y al equilibrio ecológico.

### **Fondo Solidario Funerario:**

Se trata de un programa de apoyo económico orientado a ayudar a familias de escasos recursos a cubrir parcial o totalmente los gastos de los servicios funerarios. Esta iniciativa refleja un fuerte compromiso con la responsabilidad social empresarial, ya que más allá del beneficio económico, busca garantizar que todas las personas tengan acceso a un servicio digno y respetuoso, reforzando así la imagen de la funeraria como una institución sensible y comprometida con su comunidad.

### **Potenciales Nuevos Modelos de Negocio a Adoptar**

#### **Alianzas con aseguradoras y hospitales:**

Establecer convenios con compañías de seguros y centros de salud para integrarse en sus redes de atención. De esta manera, al momento de un fallecimiento, las familias podrían acceder a los servicios funerarios de forma inmediata y organizada, evitando trámites adicionales en momentos de dolor. Este modelo no solo agiliza la atención, sino que también amplía la visibilidad y alcance

de la funeraria en nuevos segmentos de mercado.

#### **Marketplace de productos funerarios:**

Implementación de una plataforma digital donde los clientes puedan adquirir de manera directa ataúdes, urnas, arreglos florales, coronas y otros productos relacionados con el servicio funerario. Este canal permitirá realizar compras desde el hogar con opciones de entrega a domicilio, lo que representa comodidad, rapidez y modernización en la atención al cliente.

### **Modelo “todo incluido” con enfoque VIP o Premium:**

Un servicio integral y exclusivo pensado para familias que buscan un nivel más alto de atención y confort. Este modelo abarcaría no solo los servicios funerarios tradicionales, sino también hospedaje para familiares, alimentación completa, transporte privado, asesoría personalizada y acompañamiento constante durante todo el proceso. Está dirigido a un segmento de mercado dispuesto a invertir en un servicio premium que brinde comodidad y distinción.

### **Expansión a servicios memoriales digitales:**

Desarrollo de un negocio centrado en la gestión del legado digital del fallecido. Esto incluiría la creación de memoriales en línea, la preservación o administración de las redes sociales del difunto, así como la producción de videos o materiales conmemorativos. Se trata de un servicio innovador que responde a la creciente digitalización de la vida y que ofrece una forma moderna de rendir homenaje.

### **Funerales temáticos o ceremonias alternativas:**

Incorporación de ceremonias personalizadas y adaptadas a la cultura, espiritualidad o estilo de vida del difunto. Estos servicios permitirían organizar homenajes únicos, no necesariamente religiosos, que reflejen los valores, gustos o pasiones de la persona fallecida. De esta manera, la funeraria podría ofrecer experiencias más significativas y diferenciadas frente a la competencia.

## ADMINISTRACIÓN

### LIENZO CANVAS DEL NEGOCIO



## FILOSOFÍA EMPRESARIAL

### MISIÓN

La misión de la Funeraria “La Nueva Guadalupe” consiste en estar plenamente comprometida con la prestación de servicios fúnebres de alta calidad, caracterizados por ser diferentes, personalizados y adaptados a las necesidades particulares de cada familia. La empresa busca atender con sensibilidad y profesionalismo a las comunidades de toda la zona oriental de El Salvador, ofreciendo un acompañamiento respetuoso en los momentos más difíciles que implica

la pérdida de un ser querido. Este compromiso se refleja en la constante búsqueda de la excelencia, procurando siempre brindar un servicio digno, humano y acorde a las expectativas de los clientes.

## **VISIÓN**

La visión de la empresa es consolidarse como una entidad funeraria diferente, innovadora y ampliamente reconocida en el mercado, garantizando la satisfacción plena de cada uno de sus clientes. Se busca posicionarse como la mejor opción para las familias en los momentos de duelo, no solo por la calidad de sus servicios, sino también por la calidez y el trato humano que caracteriza a su personal. El objetivo a largo plazo es destacarse en el rubro funerario como una institución líder, capaz de combinar innovación, tradición y respeto, brindando confianza y tranquilidad en todo el proceso de despedida.

## **PROPÓSITO**

El propósito fundamental de la funeraria es brindar acompañamiento profesional y humano en los momentos de duelo, ofreciendo un servicio integral que sea digno, accesible y flexible. Dicho servicio se adapta a las creencias, costumbres y tradiciones de cada familia, entendiendo que cada despedida es única y requiere un trato especial. La empresa pretende, de esta manera, aliviar la carga emocional y logística que enfrentan los dolientes, asegurando que la memoria de cada ser querido sea honrada de manera respetuosa y significativa.

## **VALORES**

Los valores que guían el quehacer diario de la Funeraria “La Nueva Guadalupe” constituyen los pilares que sostienen su identidad institucional y la forma en que se relaciona con sus clientes y la comunidad en general:

**Servicio:** Brindar atención integral, eficiente y personalizada, respondiendo con prontitud y sensibilidad a las necesidades de cada familia.

**Responsabilidad:** Actuar con compromiso y seriedad en cada una de las tareas asumidas, garantizando confianza y transparencia en los procesos.

**Compromiso:** Mantener una entrega constante hacia la calidad y la satisfacción del cliente, superando expectativas y construyendo relaciones de confianza.

**Respeto:** Reconocer y valorar las creencias, tradiciones y sentimientos de cada familia, actuando con empatía en todo momento.

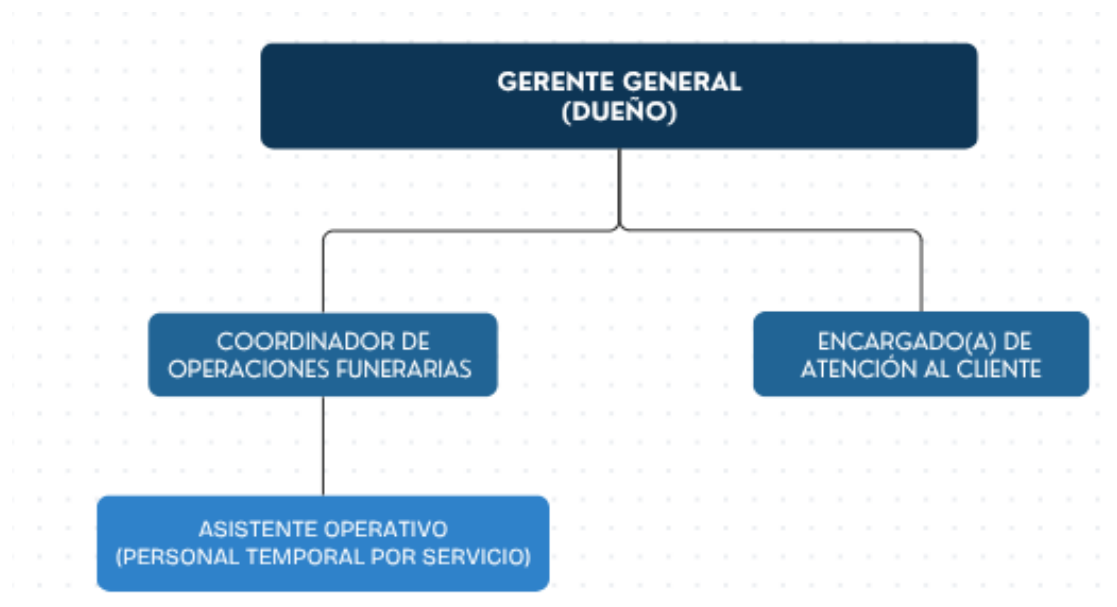
**Empatía:** Ponerse en el lugar de las familias en duelo, ofreciendo un trato humano y comprensivo que alivie, en la medida de lo posible, el dolor de la pérdida.

**Profesionalismo:** Ejercer cada servicio con altos estándares de calidad, ética y seriedad, garantizando un trabajo responsable y digno.

## ORGANIGRAMA

Actualmente, **Funeraria La Nueva Guadalupe** presenta una estructura organizativa de tipo funcional, lo cual resulta coherente y adecuado considerando su tamaño y características propias como microempresa familiar. Aunque la empresa no dispone en la práctica de un organigrama formal y documentado, se ha podido identificar su esquema jerárquico básico a partir de la información facilitada directamente por el propietario. Este modelo de organización, aunque sencillo, permite que la empresa funcione de manera ordenada y que cada miembro del equipo tenga claridad sobre sus responsabilidades dentro de la prestación de los servicios funerarios.

La estructura propuesta puede describirse de la siguiente manera:



**Gerente General:** Se trata de la persona propietaria del negocio, quien además cumple el rol de máxima autoridad dentro de la empresa. Su responsabilidad principal es la toma de decisiones estratégicas y administrativas, asegurando que la funeraria mantenga su rumbo y cumpla con los objetivos trazados. Asimismo, supervisa de manera directa todas las áreas de operación, garantizando que los servicios se desarrollen con calidad y respeto hacia las familias atendidas.

**Coordinador de Operaciones Funerarias:** Este puesto se encarga de dirigir y gestionar todo lo relacionado con los montajes de altares, la preparación de los servicios y la organización de los aspectos operativos. Su labor resulta clave para garantizar que cada detalle del servicio funerario se ejecute de forma adecuada, desde la logística hasta la supervisión de los protocolos que acompañan a cada ceremonia.

**Encargado de Atención al Cliente:** Es la persona que permanece de manera permanente en las instalaciones de la funeraria, cumpliendo un papel fundamental al ser el primer contacto con las familias. Su función principal es brindar atención y acompañamiento durante las 24 horas del día, los 7 días de la semana, lo que asegura una respuesta oportuna y constante frente a las necesidades de los clientes en los momentos de mayor sensibilidad.

**Asistentes Operativos:** Se trata de personal de apoyo que la empresa contrata de forma temporal para atender los servicios funerarios en el momento en que estos se presentan. Su colaboración permite cubrir la demanda de tareas logísticas y operativas, especialmente en los casos en los que se requiere mayor número de recursos humanos para la ejecución de los servicios. Aunque no forman parte del equipo permanente, su rol es importante porque garantiza la eficiencia en la prestación del servicio.

Aunque la funeraria opera bajo un esquema organizativo sencillo, este resulta funcional y suficiente para responder a las necesidades actuales del negocio. Sin embargo, la formalización de un organigrama podría representar una herramienta útil para mejorar la claridad en la distribución de responsabilidades y favorecer la proyección de la empresa hacia un crecimiento más estructurado en el futuro.

## **SISTEMA DE VENTA**

En la actualidad, la **Funeraria La Nueva Guadalupe** no dispone de un sistema de ventas digital ni de herramientas automatizadas que permitan gestionar los procesos de manera tecnológica. La administración de los servicios contratados, así como los cobros correspondientes, se efectúa de forma manual y directa. Es decir, las familias que solicitan los servicios establecen

contacto con el propietario o con el personal designado para este fin, y a través de esa interacción se concreta la venta y se registran los acuerdos relacionados con el pago.

Si bien este método resulta sencillo y práctico para una microempresa familiar, presenta limitaciones importantes, entre ellas la ausencia de registros centralizados, la dificultad para acceder a información histórica y la falta de mecanismos que faciliten la planificación estratégica de ventas. No obstante, este modelo manual se ajusta a la dinámica actual de la funeraria, en la cual la prioridad es la atención personalizada hacia los clientes y la flexibilidad en la negociación de los servicios.

## **FACTURACIÓN**

A pesar de no contar con un software especializado en ventas o administración, la funeraria sí cumple con el proceso formal de **facturación de los servicios funerarios** que ofrece. Dicho procedimiento se desarrolla a través de **facturas físicas impresas**, las cuales son emitidas generalmente en formatos previamente autorizados por la administración tributaria o impresas en talleres gráficos locales, de acuerdo con las normativas vigentes en el país.

Este sistema, aunque tradicional, garantiza que la empresa mantenga un adecuado nivel de cumplimiento frente a la legislación fiscal. Asimismo, permite brindar a los clientes un documento oficial que respalda el pago realizado y otorga transparencia en la gestión económica del negocio. Cabe señalar que, aunque el proceso sea manual, la facturación representa un elemento clave para la formalidad y credibilidad de la funeraria ante sus clientes y las autoridades competentes.

## **ERP (Enterprise Resource Planning)**

En lo que respecta a sistemas de planificación de recursos empresariales, la funeraria **no cuenta actualmente con un ERP implementado**. Este tipo de herramienta tecnológica tiene como finalidad integrar en una misma plataforma todas las áreas de gestión de la empresa, tales como ventas, inventario, recursos humanos, contabilidad y finanzas, lo que permite un control centralizado y una mejor toma de decisiones.

En el caso de la Funeraria La Nueva Guadalupe, el tamaño reducido de la organización y la limitada cantidad de personal hacen que la implementación de un ERP no haya sido considerada necesaria hasta el momento. Además, es importante destacar que uno de los principales obstáculos para incorporar este tipo de sistemas es el **alto costo económico** que conlleva su adquisición, instalación y mantenimiento, lo cual representa una barrera significativa para un negocio de carácter familiar y con recursos limitados.

Sin embargo, se reconoce que la adopción de herramientas digitales en el futuro podría representar una oportunidad para modernizar la gestión empresarial, optimizar recursos y fortalecer la competitividad frente a otras funerarias que ya están incorporando soluciones tecnológicas.

## **PLAN ESTRATÉGICO**

En la actualidad, la Funeraria *La Nueva Guadalupe* no cuenta con un plan estratégico formalmente establecido. Las decisiones relacionadas con la gestión del negocio se toman, en su mayoría, con base en la experiencia acumulada por el propietario y en la dinámica operativa que surge de manera cotidiana. Este enfoque reactivo ha permitido que la empresa pueda responder de

forma inmediata a las necesidades de los clientes y resolver los imprevistos que se presentan durante la prestación de los servicios. Sin embargo, aunque dicho método resulta funcional en el corto plazo, también genera limitaciones importantes que afectan el potencial de crecimiento a mediano y largo plazo.

La ausencia de una planificación estratégica bien estructurada restringe la posibilidad de establecer objetivos claros y alcanzables que guíen el rumbo de la organización. Asimismo, dificulta la creación de lineamientos para la mejora continua de los procesos internos, el desarrollo de políticas organizacionales y la consolidación de una ventaja competitiva frente a otras funerarias del sector. Un plan estratégico permitiría no solo identificar oportunidades de expansión en el mercado, sino también anticiparse a posibles amenazas externas y minimizar riesgos.

Otro aspecto a considerar es que la falta de dicho plan limita la capacidad de la empresa para asignar de manera eficiente los recursos financieros, humanos y materiales disponibles. Esto reduce la posibilidad de implementar proyectos de innovación, estrategias de marketing o mecanismos de modernización que fortalezcan el posicionamiento de la funeraria en el mercado regional.

La carencia de un plan estratégico formal supone una debilidad que impide el diseño de una visión empresarial sólida y de largo plazo. Elaborar e implementar este tipo de planificación no solo contribuiría a mejorar la gestión y sostenibilidad de la funeraria, sino que también permitiría consolidar su imagen institucional, incrementar la confianza de sus clientes y asegurar un crecimiento ordenado y competitivo en el futuro.

## FODA

Actualmente, la Funeraria *La Nueva Guadalupe* no ha llevado a cabo un análisis FODA dentro de su gestión administrativa. Esta herramienta resulta de gran relevancia en el ámbito empresarial, ya que permite identificar de manera clara y estructurada las **Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas** que enfrenta una organización en su entorno interno y externo. La carencia de dicho análisis responde, principalmente, a que el negocio no ha recibido asesoría formal en temas de gestión empresarial, por lo que ha venido funcionando bajo un enfoque predominantemente empírico, basado en la experiencia y el conocimiento práctico del propietario.

El no contar con este instrumento limita la capacidad de la funeraria para reconocer con precisión los aspectos positivos que debe potenciar y, al mismo tiempo, las áreas críticas que requieren ser atendidas con urgencia. Asimismo, impide identificar de manera proactiva las oportunidades que el mercado ofrece y las amenazas externas que podrían afectar su estabilidad y crecimiento en el futuro.

A pesar de ello, la implementación de un análisis FODA en fases posteriores del presente proyecto representa una valiosa oportunidad para el negocio. Este diagnóstico permitirá disponer de una visión más integral sobre la situación actual de la empresa, reconociendo tanto los elementos internos que fortalecen su operación como aquellos factores externos que podrían poner en riesgo su sostenibilidad.

En ese sentido, desarrollar el análisis FODA contribuirá a establecer una base sólida para la generación de **propuestas estratégicas más acertadas y realistas**, orientadas a mejorar la gestión organizacional, incrementar la competitividad de la funeraria y fortalecer su

posicionamiento en el mercado. Por ello, a continuación, se presenta una propuesta preliminar de este análisis, adaptada a las características propias de la empresa y a su contexto particular.

### CUADRO FODA

| <b>FODA</b>  |   |
|--|---|
| <b>FORTALEZAS</b>  | <b>DEBILIDADES</b>  |
| Negocio familiar con trato personalizado al cliente.                         | Dependencia de pocas personas para funciones claves.                    |
| Atención al cliente 24/7.  | No cuenta con un plan estratégico formal.                               |
| Experiencia operativa en servicios funerarios.                               | Procesos administrativos y operativos manuales.                         |
| Presencia y reconocimiento local en la comunidad.                            | No se cuenta con un análisis de mercado ni herramientas de gestión.     |
| Flexibilidad operativa con personal temporal según la demanda.               | No existe estructura organizativa documentada ni manuales de funciones. |
| <b>OPORTUNIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>   |
| Implementación de procesos de mejora y herramientas tecnológicas.            | Entrada de nuevas funerarias con infraestructura moderna.               |
| Potencial para ampliar servicios complementarios (florería, cremación, etc.) | Cambios en la legislación fiscal y requisitos formales del rubro.       |
| Capacitación en gestión empresarial, marketing y atención al cliente.        | Reducción del poder adquisitivo de los clientes por crisis económicos.  |

|  |   |
|--|---|
| Implementación de servicios ecológicos o sostenibles.        | Dependencia del entorno económico y social del municipio.                         |
| Asesoría gratuita o a bajo costo por parte de instituciones. | Mayor exigencia de los clientes respecto a calidad y formalidad de los servicios. |

## OBSERVACIONES FODA - FUNERARIA LA NUEVA GUADALUPE

### Fortalezas:

La Funeraria La Nueva Guadalupe cuenta con aspectos internos que la distinguen y le otorgan un valor competitivo dentro de la comunidad en la que opera. Una de sus principales fortalezas es la **atención personalizada** que brinda a cada una de las familias, lo cual genera confianza y fomenta la fidelidad de sus clientes, ya que perciben un trato humano, cercano y respetuoso en momentos de gran sensibilidad. Asimismo, posee una **sólida experiencia operativa** en la prestación de servicios funerarios, lo que le permite desenvolverse con profesionalismo en cada etapa del proceso, desde la preparación del cuerpo hasta la asistencia a los familiares. Otro elemento clave es su **disponibilidad las 24 horas del día, los 7 días de la semana**, lo que asegura una respuesta inmediata ante cualquier eventualidad. A esto se suma la **flexibilidad del personal**, que se adapta a las necesidades y solicitudes de cada familia, garantizando un servicio oportuno y ajustado a las tradiciones locales. Estas características en conjunto fortalecen su permanencia en el mercado y consolidan una imagen de confianza dentro de la población.

### Oportunidades:

El entorno en el que se desenvuelve la funeraria ofrece múltiples posibilidades de crecimiento y modernización que pueden ser aprovechadas estratégicamente. Entre ellas se encuentra la **implementación de nuevas tecnologías**, que permitirían optimizar la gestión

administrativa, mejorar la comunicación con los clientes y diversificar los canales de venta. Asimismo, la **capacitación continua del personal** representa una oportunidad para profesionalizar aún más el servicio, incorporando conocimientos técnicos y habilidades de atención al cliente que aporten valor añadido a la experiencia ofrecida. Otro aspecto importante es la **diversificación de servicios**, ampliando la oferta con alternativas innovadoras que respondan a las tendencias actuales y a las demandas específicas de los clientes. Además, existen **recursos de apoyo empresarial**, como programas de asesoría y capacitaciones gratuitas ofrecidas por instituciones públicas o privadas, que pueden facilitar la mejora de los procesos internos y contribuir al fortalecimiento organizacional.

#### **Debilidades:**

Dentro de los factores internos que limitan el crecimiento de la funeraria se encuentra la **ausencia de una planificación estratégica formal**, lo cual impide establecer objetivos claros a largo plazo y dificulta la definición de políticas de desarrollo que orienten las acciones de la empresa. Asimismo, la **dependencia de procesos manuales** en áreas clave, como la gestión de ventas y el control administrativo, limita la eficiencia y retrasa la modernización de la organización. Otra debilidad significativa es la **falta de una estructura organizativa claramente definida**, lo que ocasiona que múltiples responsabilidades recaigan en pocas personas, generando sobrecarga de funciones. Este aspecto aumenta el riesgo operativo, ya que la ausencia temporal o definitiva de personal clave podría afectar de manera considerable la continuidad del servicio. Estas debilidades, si no son atendidas, pueden obstaculizar el desarrollo sostenible del negocio y reducir su capacidad competitiva frente a empresas más estructuradas.

#### **Amenazas:**

El mercado funerario enfrenta factores externos que pueden incidir negativamente en la estabilidad de la funeraria. Entre las principales amenazas se encuentra la **entrada de nuevas funerarias con infraestructura más moderna y mejor equipada**, lo que incrementa la competencia directa en la zona. A ello se suman **cambios en las políticas fiscales y regulatorias**, que podrían elevar los costos de operación y requerir mayor formalidad administrativa. Otro factor de riesgo es el **disminuido poder adquisitivo de la población**, lo que limita la capacidad de las familias para contratar servicios funerarios completos, obligando a la empresa a ofrecer alternativas más accesibles que reduzcan su margen de ganancia. Estos elementos externos representan un reto constante que demanda innovación, mejora continua y estrategias diferenciadoras para mantener la competitividad y asegurar la permanencia de la funeraria en el mercado.

## **TALENTO HUMANO**

### **¿Tienen manuales y procesos de contratación?**

En la actualidad, la funeraria no dispone de manuales formales ni de procesos de contratación claramente establecidos y documentados. Esto significa que no existen guías escritas que detallen de manera específica los pasos que deben seguirse para llevar a cabo la contratación de nuevo personal, ni manuales internos que orienten a los colaboradores recién incorporados sobre sus funciones, responsabilidades y procedimientos básicos dentro de la organización.

La ausencia de estos instrumentos de gestión refleja que, hasta el momento, el proceso de selección y contratación se maneja principalmente de forma empírica y práctica, sustentándose en la experiencia adquirida por el propietario y el personal que participa en dichas decisiones. En lugar de seguir un protocolo previamente diseñado, se recurre al conocimiento acumulado y a la

dinámica cotidiana del negocio, lo que, si bien ha permitido cubrir las necesidades inmediatas de personal, limita la estandarización y formalidad en la integración de nuevos empleados.

Contar con manuales y procesos definidos aportaría mayor claridad y estructura, ya que facilita la capacitación inicial, reduciría errores en la asignación de funciones y contribuiría a la profesionalización de la empresa. Sin embargo, al no disponer de estos recursos, la incorporación de personal se convierte en un procedimiento flexible pero poco sistematizado, lo que puede generar variaciones en la calidad del servicio y dificultades para garantizar la continuidad en la forma de trabajar.

Si bien actualmente la funeraria no dispone de manuales formales que orienten sus procesos internos, como parte de este proyecto se le brindará una propuesta de manuales empresariales adaptados a su funcionamiento. Estos documentos estarán diseñados para servir como guías prácticas que contribuyan a la organización, estandarización y mejora continua de las actividades, fortaleciendo así la gestión administrativa y operativa de la empresa.

## **HABILIDADES INTERPERSONALES Y HABILIDADES TECNICAS**

| <b>Puesto</b>                         | <b>Habilidades Interpersonales</b>           | <b>Habilidades Técnicas</b>                        |
|---------------------------------------|--|--|
| <b>Gerente General</b>                | Liderazgo, comunicación, empatía             | Gestión administrativa, planificación              |
| <b>Gerente de Marca</b>               | Creatividad, comunicación, trabajo en equipo | Marketing digital, manejo de redes sociales        |
| <b>Asesor de Servicios Funerarios</b> | Empatía, paciencia, orientación al cliente   | Conocimiento de servicios, coordinación, logística |

|                                    |  |   |
|------------------------------------|--|---|
| <b>Tanatopractor</b>               | Respeto, sensibilidad, trabajo bajo presión    | Técnicas de embalsamiento, bioseguridad   |
| <b>Motoristas</b>                  | Responsabilidad, puntualidad                   | Manejo seguro o licencia de conducir y conocimiento de la nomenclatura del país |
| <b>Personal de Cortejo Fúnebre</b> | Formalidad, respeto, trabajo en equipo         | Protocolo de cortejos, coordinación   |
| <b>Encargado de Redes Sociales</b> | Comunicación, creatividad, atención al cliente | Manejo de cámaras, edición, redes sociales                                      |
| <b>Encargado de Cafetería</b>      | Amabilidad, organización                       | Preparación de alimentos, higiene alimentaria                                   |

## NECESIDADES DE CONTRATACIÓN

**Motorista:** Se requiere la contratación de una persona responsable de conducir la carroza fúnebre y demás vehículos utilizados en los servicios funerarios. Este puesto es fundamental para garantizar que todos los traslados se realicen de manera puntual, segura y respetuosa, manteniendo en todo momento la solemnidad que cada ceremonia requiere. El motorista debe contar con experiencia en conducción y un alto sentido de responsabilidad.

**Preparador de cuerpo:** Este cargo tiene a su cargo la delicada labor de preparar el cuerpo del ser querido fallecido, lo cual incluye el aseo, vestimenta y presentación estética. Su función es esencial, ya que asegura la dignidad, el respeto y la higiene durante el proceso, ofreciendo a la familia una imagen serena y acorde al momento de despedida.

**Decorador:** La función de esta persona es organizar y montar los elementos decorativos que acompañan el servicio, tales como arreglos florales, velas, fotografías y demás detalles en la sala de velación o en el féretro. El objetivo principal es generar un ambiente armonioso, respetuoso y adecuado, que brinde confort y tranquilidad a los familiares y asistentes.

**Cortejo:** Se necesita personal encargado de guiar y coordinar el orden del cortejo fúnebre, ya sea a pie o en vehículo, desde las instalaciones de la funeraria hasta el lugar de entierro. Este rol implica mantener la solemnidad, el respeto y la organización de la ceremonia en todo momento, asegurando que el proceso se desarrolle de forma ordenada y significativa.

**Portador del féretro:** Este puesto requiere personas responsables de cargar y trasladar el ataúd durante la ceremonia. Es una labor que exige coordinación con el resto del equipo, así como mantener una postura correcta, respeto absoluto y compromiso con la dignidad del servicio fúnebre.

**Asistente de redes sociales:** La incorporación de un profesional en esta área es clave en la actualidad, ya que se encargará de administrar las redes sociales de la funeraria. Su labor abarca la publicación de mensajes informativos sobre los servicios, la promoción de la empresa, así como la gestión de la comunicación digital con clientes y la atención a consultas. De esta manera, se fortalece la presencia de la funeraria en el entorno digital.

**Cafetería:** Se requiere personal encargado de preparar y servir café, agua u otros refrigerios durante las velaciones. Este servicio, aunque sencillo, es altamente valorado, ya que contribuye a brindar comodidad a los asistentes. Además, el personal debe mantener altos estándares de limpieza, orden y un trato amable hacia las familias y visitantes.

**Personal 24 horas:** Finalmente, es indispensable contar con personal disponible en horarios extendidos, capaz de atender cualquier solicitud fuera del horario normal. Entre sus

funciones se incluyen el retiro de cuerpos, el acompañamiento a las familias y la atención telefónica durante la noche. Este servicio continuo refuerza el compromiso de la funeraria con la disponibilidad total y la atención inmediata en cualquier circunstancia.

## **PROCESO DE CONTRATACIÓN**

**Identificación de la necesidad:** El primer paso dentro del proceso consiste en detectar con claridad cuál es el puesto que requiere ser cubierto en la funeraria y qué perfil de persona es el más adecuado para desempeñarlo. En esta fase se analizan las funciones específicas del cargo, las competencias necesarias y las características personales que se consideran fundamentales, como la responsabilidad, el respeto y la empatía, que son esenciales en un servicio tan sensible como el fúnebre.

**Recepción y preselección de candidatos:** Posteriormente, se inicia la etapa de recepción de currículos o solicitudes de empleo, donde los aspirantes presentan su experiencia y formación. Una vez recopilada esta información, se procede a realizar una preselección, eligiendo únicamente aquellos perfiles que cumplen con los requisitos básicos del puesto. Este filtro inicial permite optimizar el proceso y enfocarse en candidatos que realmente poseen las capacidades mínimas necesarias.

**Entrevista personal:** En esta fase se mantiene una conversación directa con los candidatos seleccionados. La entrevista tiene como finalidad evaluar de manera más cercana aspectos importantes como la experiencia previa en trabajos similares, la actitud del aspirante, su disponibilidad de tiempo y, especialmente, la compatibilidad con los valores y el tipo de servicio que ofrece la funeraria. Este paso es clave para identificar si el candidato no solo tiene habilidades técnicas, sino también la sensibilidad requerida para atender a las familias en momentos difíciles.

**Prueba práctica:** Para garantizar que los candidatos poseen las competencias necesarias, se lleva a cabo una prueba práctica relacionada con las funciones del puesto al que aspiran. Dichas pruebas pueden incluir actividades como cargar y trasladar un féretro, montar adecuadamente una sala de velación o preparar café y atender de manera respetuosa a los visitantes. Esta evaluación permite observar de manera directa la destreza, la actitud y la disposición del candidato en un entorno real o simulado.

**Capacitación inicial:** Finalmente, una vez que el aspirante ha sido seleccionado y formalmente contratado, se le brinda una capacitación básica. En este proceso de inducción, el nuevo empleado recibe formación sobre las funciones específicas que desempeñará, las normas internas de la funeraria y los protocolos de servicio que deben seguirse en todo momento. Esta etapa resulta esencial para garantizar que el personal se integre de manera adecuada, comprenda la importancia de la calidad en la atención y represente dignamente los valores de la empresa desde su primer día de labores.

## **EVALUACIONES DE DESEMPEÑO**

**Empatía y trato con familiares:** Este aspecto se refiere a la capacidad del personal para comprender el dolor y las emociones de los dolientes, mostrando sensibilidad en cada interacción. Implica acompañar de manera respetuosa a las familias durante el proceso de duelo, ofreciendo apoyo emocional y humano que vaya más allá de lo meramente operativo. Una adecuada empatía contribuye a generar confianza y a que las familias sientan que reciben un servicio cálido y digno.

**Presentación personal y profesional:** La imagen del personal funerario es fundamental, ya que forma parte de la primera impresión que reciben los clientes. Se evalúa que los trabajadores mantengan una apariencia pulcra y ordenada, con el uso adecuado del uniforme y accesorios que reflejen profesionalismo. Además, se valora que el comportamiento y la postura del empleado sean

acordes a la solemnidad y seriedad que demanda un servicio funerario, transmitiendo respeto en todo momento.

**Comunicación efectiva:** La capacidad de transmitir mensajes claros, respetuosos y oportunos es un elemento esencial dentro de las evaluaciones de desempeño. Este criterio contempla tanto la comunicación interna, es decir, con el resto del equipo de trabajo, como la comunicación externa dirigida a los clientes y familiares. La claridad en la información reduce la posibilidad de errores o malentendidos y asegura que cada servicio se desarrolle de manera organizada y sin inconvenientes.

**Manejo de protocolo funerario:** Se refiere al conocimiento, respeto y cumplimiento estricto de las normas y costumbres propias de un servicio funerario. Esto incluye desde la correcta organización de una velación hasta la conducción adecuada de cortejos y entierros, siempre bajo un marco de solemnidad. El cumplimiento de estos protocolos garantiza que las ceremonias se realicen de manera ordenada y en concordancia con las expectativas de las familias y la tradición cultural.

**Discreción y confidencialidad:** El personal funerario debe mantener en todo momento una conducta ética que incluya la reserva absoluta respecto a la información personal del fallecido y de sus familiares. Este criterio implica evitar cualquier tipo de comentario inadecuado o indiscreto que pueda afectar la privacidad de los clientes. La confidencialidad es clave para mantener la confianza en el servicio y demostrar respeto por el dolor de las familias.

**Trabajo en equipo:** La colaboración armónica entre los empleados es un pilar en el desarrollo de los servicios funerarios. Cada trabajador tiene funciones específicas, pero todas ellas se complementan para brindar un servicio integral. Este criterio evalúa la disposición del personal

para cooperar, apoyar a sus compañeros y cumplir con las tareas asignadas de manera conjunta, lo cual asegura un servicio eficiente y coordinado.

**Capacidad de respuesta ante imprevistos:** En el ámbito funerario, es común que surjan situaciones inesperadas, como retrasos en traslados, fallas técnicas en equipos o cambios de último momento solicitados por las familias. Por ello, este punto mide la habilidad del personal para mantener la calma, reaccionar con serenidad y tomar decisiones rápidas que permitan resolver el problema sin afectar la calidad del servicio.

**Cumplimiento de normas sanitarias y legales:** Finalmente, un aspecto clave dentro de la evaluación de desempeño es el cumplimiento estricto de todas las medidas de bioseguridad, higiene y legislación vigente aplicable al sector funerario. Esto garantiza no solo la seguridad del personal y de los clientes, sino también el funcionamiento formal y responsable de la empresa frente a las autoridades.

### **NECESIDADES DE CAPACITACIÓN (TÉCNICAS Y DE HABILIDADES)**

**Levantamiento y transporte correcto del féretro:** Es fundamental que el personal adquiera formación en el uso de técnicas seguras, coordinadas y estandarizadas para cargar y trasladar el ataúd. Este tipo de capacitación busca prevenir accidentes laborales, proteger la integridad física de los trabajadores y garantizar que el movimiento del féretro se realice de manera respetuosa, sin causar daños materiales ni incomodidad a los familiares presentes.

**Manejo adecuado de carrozas fúnebres:** La conducción de vehículos funerarios requiere una preparación especial que va más allá de la habilidad básica de manejar. Es necesario formar al personal en conducción responsable, prudente y respetuosa, asegurando puntualidad en los traslados, cumplimiento de rutas establecidas y un trato digno en cada recorrido. Este conocimiento contribuye a dar una imagen de orden y profesionalismo frente a la comunidad.

**Preparación y presentación del cuerpo (aseo, vestimenta, maquillaje básico):** El proceso de preparación del cuerpo debe realizarse con sumo respeto y bajo estrictas normas de higiene y estética. El personal necesita capacitación para realizar el aseo, la vestimenta y, cuando sea necesario, la aplicación de maquillaje básico que permita una presentación adecuada. El objetivo es brindar a los familiares la posibilidad de despedirse de su ser querido en condiciones dignas y con una apariencia que transmita paz.

**Montaje de capillas ardientes y organización de salas de velación:** Esta capacitación busca desarrollar habilidades en el armado de espacios solemnes y adecuados para la ceremonia. Incluye la instalación de decoraciones, velas, mantas, fotografías y mobiliario de manera armoniosa, creando un ambiente de respeto y serenidad que honre la memoria del fallecido y aporte consuelo a los familiares.

**Preparación higiénica y segura de café y refrigerios:** En los servicios funerarios, ofrecer café, agua y refrigerios forma parte de la atención a los asistentes. Por ello, el personal debe conocer las normas básicas de manipulación de alimentos, conservación y servicio, garantizando limpieza, seguridad y un trato cordial en todo momento, lo que contribuye a la buena imagen del servicio.

**Trámites legales funerarios (acta de defunción, permisos, etc.):** La gestión de documentos legales constituye un aspecto esencial del proceso funerario. El personal debe estar capacitado para realizar diligencias como la obtención del acta de defunción, permisos municipales, sanitarios o de cremación, entre otros. Una formación adecuada en este ámbito agiliza los trámites, evita errores y reduce la carga emocional para las familias.

**Uso correcto de equipos de protección personal (guantes, mascarillas):** La capacitación en bioseguridad es indispensable para proteger tanto a los trabajadores como a los asistentes a la

velación. Se debe instruir al personal en la aplicación adecuada de guantes, mascarillas y otros implementos de seguridad, asegurando un manejo higiénico de los cuerpos y de los espacios, especialmente ante situaciones de riesgo sanitario.

**Limpieza y desinfección de salas, equipos y mobiliario funerario:** La higiene es un elemento fundamental en los servicios funerarios. Por ello, es necesario capacitar al personal en procedimientos correctos de limpieza y desinfección, garantizando que cada sala, equipo y mobiliario utilizado se mantenga en condiciones óptimas. Esto no solo previene la propagación de enfermedades, sino que también proyecta orden y profesionalismo.

**Coordinación de horarios y logística del servicio funerario:** La organización del tiempo y las actividades es clave para evitar retrasos o fallos en el servicio. Por ello, se requiere formación en la gestión logística de los horarios, traslados y actividades relacionadas con la ceremonia, asegurando un flujo ordenado y sin contratiempos que aporte tranquilidad a las familias.

**Manejo adecuado de residuos biológicos y materiales sensibles:** El personal debe estar entrenado en la disposición segura y responsable de materiales como guantes, gasas, ropa contaminada o restos de productos utilizados en el tratamiento del cuerpo. Una capacitación en este sentido contribuye a la protección ambiental, al cumplimiento de normas sanitarias y a la seguridad de los trabajadores y la comunidad.

## **FINANZAS**

### **Clasificación de costos (mensuales)**

### **Informe Financiero (3 meses)**

Aquí se dividen los gastos de la funeraria en costos fijos y costos variables.

| <b>TIPO</b>             | <b>DETALLE</b>                                 | <b>PAGO MENSUAL (USD)</b> |
|-------------------------|--|---------------------------|
| <b>COSTOS FIJOS</b>     | Sueldos y Salarios (1 persona)                 | \$ 450.00                 |
| <b>COSTOS FIJOS</b>     | Alquiler de local                              | \$ 250.00                 |
| <b>COSTOS FIJOS</b>     | Servicios Basicos (Agua, Luz, Internet)        | \$ 79.00                  |
| <b>COSTOS FIJOS</b>     | Pago de Vehiculo                               | \$ 135.00                 |
| <b>COSTOS VARIABLES</b> | Ataudes  | \$ 1,200.00               |
| <b>COSTOS VARIABLES</b> | Transporte (Combustible y Mantenimiento)       | \$ 500.00                 |
| <b>COSTOS VARIABLES</b> | Café, Pan y Refrigerios                        | \$ 250.00                 |
| <b>COSTOS VARIABLES</b> | Gastos Extras (cafetería, Motorista y Cortejo) | \$ 285.00                 |

#### Total de Costos

| <b>TIPO</b>             | <b>PAGO MENSUAL (USD)</b> |
|-------------------------|---------------------------|
| <b>COSTOS FIJOS</b>     | \$ 914.00                 |
| <b>COSTOS VARIABLES</b> | \$ 2,235.00               |
| <b>TOTAL</b>            | \$ 3,149.00               |

La empresa tiene **\$914 en costos fijos** y **\$2,235 en costos variables** por mes, sumando un gasto mensual total de **\$3,149**. Esto permite saber cuánto se debe cubrir como mínimo para operar.

### Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es la cantidad mínima de servicios que se deben vender para cubrir todos los costos (sin ganar ni perder)

$$\text{Punto de Equilibrio (Unidades)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Costos fijos: \$914

Precio promedio por servicio: \$770

Costo variable por servicio: \$478.29

| DETALLE                                | VALOR       |
|--|-------------|
| <b>PRECIO UNITARIO (P)</b>             | \$ 770.00   |
| <b>COSTO VARIABLE UNITARIO (CVU)</b>   | \$ 478.29   |
| <b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO</b> | \$ 291.71   |
| <b>COSTOS FIJOS (CF)</b>               | \$ 914.00   |
| <b>PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)</b>  | 3.13        |
| <b>PUNTO DE EQUILIBRIO (VENTAS)</b>    | \$ 2,412.60 |

Con un precio promedio de \$770 por servicio y un costo variable de \$478.29, queda un margen de contribución de \$291.71, se necesitan aproximadamente 3 a 4 servicios al mes para alcanzar el equilibrio y cualquier servicio adicional después de este punto genera utilidad neta real.

| <b>PRECIO</b>      | <b>%</b>    | <b>COSTO</b>    | <b>MARGEN</b> | <b>PE</b>    | <b>PE</b>    | <b>INGRESO</b> |
|--------------------|-------------|-----------------|---------------|--------------|--------------|----------------|
|                    | <b>AUME</b> | <b>VARIABLE</b> |               | <b>EXACT</b> | <b>REDON</b> |                |
|                    | <b>NTO</b>  | <b>POR</b>      |               | <b>O</b>     | <b>DEADO</b> |                |
|                    | <b>CV</b>   | <b>SERVICIO</b> |               |              |              |                |
| <b>\$ 770.00</b>   | 0.00%       | \$ 478.29       | \$ 291.71     | 3            | 4            | \$ 3,080.00    |
| <b>\$ 880.00</b>   | 7.89%       | \$ 516.03       | \$ 363.97     | 2            | 3            | \$ 2,640.00    |
| <b>\$ 1,026.00</b> | 13.00%      | \$ 540.47       | \$ 485.53     | 2            | 2            | \$ 2,052.00    |
| <b>\$ 1,293.00</b> | 16.30%      | \$ 556.25       | \$ 736.75     | 1            | 2            | \$ 2,586.00    |
| <b>\$ 1,482.00</b> | 18.56%      | \$ 567.06       | \$ 914.94     | 1            | 1            | \$ 1,482.00    |
| <b>\$ 1,855.00</b> | 26.66%      | \$ 605.80       | \$ 1,249.20   | 1            | 1            | \$ 1,855.00    |
| <b>\$ 1,925.00</b> | 28.33%      | \$ 613.79       | \$ 1,311.21   | 1            | 1            | \$ 1,925.00    |
| <b>\$ 1,955.00</b> | 38.95%      | \$ 664.58       | \$ 1,290.42   | 1            | 1            | \$ 1,955.00    |
| <b>\$ 2,200.00</b> | 75.22%      | \$ 838.06       | \$ 1,361.94   | 1            | 1            | \$ 2,200.00    |
| <b>\$ 2,895.00</b> | 92.65%      | \$ 921.43       | \$ 1,973.57   | 1            | 1            | \$ 2,895.00    |

### **Punto de Equilibrio por Cada Servicio**

#### **Estado de resultados (Mes 1 a Mes 3)**

Resume ingresos, costos y utilidades de cada mes.

| <b>CONCEPTO</b>                                | <b>MES 1</b> | <b>MES 2</b> | <b>MES 3</b> | <b>TOTAL<br/>TRIMESTRAL</b> |
|--|--------------|--------------|--------------|-----------------------------|
| <b>CONCEPTO</b>                                |              |              |              |                             |
| <b>N° SERVICIOS</b>                            | 3            | 5            | 4            | 12                          |
| <b>INGRESOS POR VENTAS</b>                     | \$ 3,388.00  | \$ 7,144.00  | \$ 7,328.00  | \$ 17,860.00                |
| <b>(-) COSTO VARIABLE</b>                      | \$           | \$           | \$           | \$                          |
| <b>TOTAL (SUMADO POR SERVICIO)</b>             | 1,623.56     | 3,018.87     | 2,642.75     | 7,285.18                    |
| <b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>                  | \$ 1,764.44  | \$ 4,125.13  | \$ 4,685.25  | \$ 10,574.82                |
| <b>(-) COSTOS FIJOS</b>                        | \$ 914.00    | \$ 914.00    | \$ 914.00    | \$ 2,742.00                 |
| <b>UTILIDAD OPERATIVA (CONTRIBUCIÓN FIJOS)</b> | \$ 850.44    | \$ 3,211.13  | \$ 3,771.25  | \$ 7,832.82                 |
| <b>GASTOS FINANCIEROS</b>                      | \$ 120.00    | \$ 120.00    | \$ 120.00    | \$ 360.00                   |
| <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>             | \$ 730.44    | \$ 3,091.13  | \$ 3,651.25  | \$ 7,472.82                 |
| <b>(-) IMPUESTOS</b>                           | \$ 94.96     | \$ 401.85    | \$ 474.66    | \$ 971.47                   |

|                      |        |             |          |          |
|----------------------|--------|-------------|----------|----------|
| <b>UTILIDAD NETA</b> | \$     | \$ 2,689.28 | \$       | \$       |
|                      | 635.48 |             | 3,176.59 | 6,501.35 |

**Mes 1:** La utilidad neta fue baja (\$635.48), porque solo hubo 3 servicios.

**Mes 2:** Fue el mejor mes, con 5 servicios y una utilidad neta de \$2,689.28.

**Mes 3:** Con 4 servicios se alcanzó una utilidad de \$3,176.59.

**Trimestre completo:** En total se atendieron 12 servicios con **\$17,860 en ingresos** y una **utilidad neta acumulada de \$6,501.35.**

### Balance general por mes

Muestra lo que la empresa posee (activos), lo que debe (pasivos) y lo que le pertenece a los dueños (patrimonio).

| CONCEPTO                            | MES 1        | MES 2        | MES 3        |
|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>CAJA Y BANCOS</b>                | \$ 3,635.48  | \$ 6,324.77  | \$ 9,501.35  |
| <b>CUENTAS POR COBRAR</b>           | \$ 1,200.00  | \$ 1,200.00  | \$ 1,200.00  |
| <b>INVENTARIO</b>                   | \$ 2,300.00  | \$ 2,300.00  | \$ 2,300.00  |
| <b>TOTAL      <b>ACTIVOS</b></b>    | \$ 7,135.48  | \$ 9,824.77  | \$ 13,001.35 |
| <b>CORRIENTES</b>                   |              |              |              |
| <b>VEHÍCULOS</b>                    | \$ 15,000.00 | \$ 15,000.00 | \$ 15,000.00 |
| <b>MOBILIARIO Y EQUIPO</b>          | \$ 5,000.00  | \$ 5,000.00  | \$ 5,000.00  |
| <b>(-)      <b>DEPRECIACIÓN</b></b> | \$ -2,000.00 | \$ -2,000.00 | \$ -2,000.00 |
| <b>ACUMULADA</b>                    |              |              |              |

|                                  |    |           |    |           |    |           |
|----------------------------------|----|-----------|----|-----------|----|-----------|
| <b>TOTAL ACTIVO NO</b>           | \$ | 18,000.00 | \$ | 18,000.00 | \$ | 18,000.00 |
| <b>CORRIENTE</b>                 |    |           |    |           |    |           |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>             | \$ | 25,135.48 | \$ | 27,824.77 | \$ | 31,001.35 |
| <b>CUENTAS POR PAGAR</b>         | \$ | 2,000.00  | \$ | 2,000.00  | \$ | 2,000.00  |
| <b>PRÉSTAMOS (CORTO PLAZO)</b>   | \$ | 3,000.00  | \$ | 3,000.00  | \$ | 3,000.00  |
| <b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>    | \$ | 5,000.00  | \$ | 5,000.00  | \$ | 5,000.00  |
| <b>PRÉSTAMOS LARGO PLAZO</b>     | \$ | 4,000.00  | \$ | 4,000.00  | \$ | 4,000.00  |
| <b>TOTAL PASIVOS</b>             | \$ | 9,000.00  | \$ | 9,000.00  | \$ | 9,000.00  |
| <b>CAPITAL SOCIAL</b>            | \$ | 15,500.00 | \$ | 15,500.00 | \$ | 15,500.00 |
| <b>UTILIDADES RETENIDAS</b>      | \$ | 635.48    | \$ | 3,324.77  | \$ | 6,501.35  |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>          | \$ | 16,135.48 | \$ | 18,824.77 | \$ | 22,001.35 |
| <b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b> | \$ | 25,135.48 | \$ | 27,824.77 | \$ | 31,001.35 |

**Indicadores financieros**

| <b>INDICADOR</b>                       | <b>FÓRMULA</b>                                     | <b>RESULTADO</b> |
|--|--|------------------|
| <b>MARGEN NETO</b>                     | Utilidad neta / Ventas                             | 36.40%           |
| <b>ROA (SOBRE ACTIVOS PROMEDIO)</b>    | Utilidad neta / Activos promedio                   | 23.43%           |
| <b>ROE (SOBRE PATRIMONIO PROMEDIO)</b> | Utilidad neta / Patrimonio promedio                | 34.67%           |
| <b>PRUEBA ÁCIDA</b>                    | (Activo corriente - Inventario) / Pasivo corriente | 2.14             |

Margen neto: 36.40 % → De cada dólar vendido, quedan \$0.36 como ganancia neta.

ROA (Rentabilidad sobre Activos): 23.43 % → Los activos generan \$0.23 de ganancia neta por cada dólar invertido.

ROE (Rentabilidad sobre Patrimonio): 34.67 % → El capital propio genera \$0.35 de utilidad neta por cada dólar invertido.

Prueba Acida: Por cada 1 unidad monetaria de deuda de corto plazo, la empresa dispone de 2.14 unidades líquidas para cubrirla

**Análisis vertical sobre activos (Mes 3)**

Se analiza la composición de los activos totales en porcentajes.

| CONCEPTO                   | MONTO (USD)  | % SOBRE ACTIVOS |
|----------------------------|--------------|-----------------|
| CAJA Y BANCOS              | \$ 9,501.35  | 30.65%          |
| CUENTAS POR COBRAR         | \$ 1,200.00  | 3.87%           |
| INVENTARIO                 | \$ 2,300.00  | 7.42%           |
| VEHÍCULOS                  | \$ 15,000.00 | 48.38%          |
| MOBILIARIO Y EQUIPO        | \$ 5,000.00  | 16.13%          |
| (-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA | \$ -         | -6.45%          |
| <b>TOTAL:</b>              |              | <b>100%</b>     |

El mayor peso está en vehículos (48.38%), lo que muestra una alta inversión en transporte para los servicios.

Caja y bancos representan 30.65%, lo cual indica buena liquidez.

La empresa mantiene una estructura de activos balanceada, aunque con fuerte dependencia del rubro transporte.

## OPERACIONES

En el ámbito operativo, la empresa cumple con una serie de aspectos fundamentales que garantizan su funcionamiento dentro del marco legal y administrativo correspondiente. Entre estos se encuentra la obtención de los permisos indispensables otorgados por el Ministerio de Salud, la respectiva alcaldía municipal, así como su registro formal en el Ministerio de Hacienda. Estos elementos constituyen la base mínima que toda organización debe poseer para operar con

legitimidad y confianza en el mercado. A ello se suma la disponibilidad del equipo básico necesario para el desarrollo de sus actividades, lo que le permite ofrecer sus servicios sin enfrentar obstáculos legales, técnicos o de infraestructura que pudieran comprometer su desempeño.

Sin embargo, a pesar de estos avances, la empresa presenta ciertas debilidades internas que deben atenderse con urgencia para garantizar su sostenibilidad en el tiempo. Una de las principales limitaciones identificadas es la ausencia de procesos internos documentados y de estándares de calidad claramente definidos. Esta carencia genera el riesgo de ofrecer servicios variables o inconsistentes, lo cual puede afectar directamente la percepción de los clientes y, en consecuencia, la reputación organizacional. De igual manera, el hecho de no contar con contratos formales para algunos colaboradores constituye una deficiencia importante, ya que implica una falta de respaldo legal que puede desembocar en conflictos laborales y en situaciones de vulnerabilidad tanto para el empleado como para la empresa.

La formalización de estos aspectos no debe verse únicamente como un requisito legal, sino también como una estrategia empresarial clave. Documentar los procesos internos, establecer políticas de calidad y formalizar los vínculos laborales permiten crear un entorno más ordenado, transparente y seguro. De esta forma, la organización no solo protege sus intereses, sino que también fortalece la confianza y el compromiso de su personal, asegurando con ello un crecimiento más sólido, estable y competitivo en el mercado.

## **SERVICIO AL CLIENTE**

El proceso de atención al cliente dentro de la empresa se encuentra claramente definido en la práctica, lo cual constituye una fortaleza significativa, ya que permite brindar una atención

ordenada y estructurada desde el primer contacto que el cliente establece con la organización hasta el momento en que se completa la entrega del servicio. Este flujo operativo contribuye a generar confianza y facilita una interacción fluida, asegurando que las necesidades más inmediatas de los usuarios sean atendidas de manera oportuna. Además, la empresa cuenta con personal previamente capacitado para desempeñar estas funciones, lo cual se traduce en un valor agregado al servicio, pues garantiza un trato profesional y adecuado a las diferentes situaciones que pueden presentarse. De igual manera, la existencia de diversos canales de comunicación, ya sean presenciales, telefónicos o digitales, amplía las posibilidades de contacto y facilita que los clientes accedan de forma rápida y sencilla a la información o soluciones que requieren.

Sin embargo, a pesar de estas condiciones favorables, es importante señalar que la organización presenta limitaciones que podrían obstaculizar su competitividad a largo plazo. Una de las principales debilidades es la inexistencia de un protocolo de atención al cliente debidamente documentado. Aunque en la práctica se brinde un servicio aceptable, la falta de una guía formal con procedimientos estandarizados provoca que las acciones dependan, en gran medida, de la interpretación y criterio personal de cada empleado. Esto genera el riesgo de inconsistencias en la calidad del servicio, especialmente cuando se enfrenta a situaciones atípicas o de mayor complejidad.

Asimismo, la ausencia de estrategias formales de fidelización coloca a la empresa en desventaja frente a competidores más estructurados que sí han desarrollado planes concretos para asegurar la lealtad de sus clientes. Hasta ahora, la confianza y preferencia que los usuarios depositan en la empresa han sido fruto principalmente de la experiencia acumulada y del contacto directo con los servicios ofrecidos. No obstante, para sostener esa confianza en el tiempo y, sobre todo, para escalar hacia un nivel de crecimiento más sólido, resulta indispensable que la

organización formalice estos procesos mediante la implementación de políticas claras, programas de seguimiento y estrategias de retención que permitan fortalecer la relación con los clientes de manera continua.

Otro aspecto a considerar es la falta de encuestas de satisfacción u otros mecanismos de retroalimentación estructurados. Al no contar con estas herramientas, se limita considerablemente la posibilidad de identificar con precisión las áreas de mejora desde la perspectiva de quienes consumen los servicios. Escuchar al cliente de manera sistemática no solo facilita la detección de fallas o debilidades internas, sino que también abre la puerta a nuevas oportunidades de innovación y diferenciación. Ignorar esta práctica representa un vacío importante que podría afectar la capacidad de la empresa para adaptarse a los cambios en las necesidades o expectativas del mercado.

Finalmente, el manejo de situaciones de crisis constituye otro de los puntos críticos. Al no disponer de un protocolo específico que defina los pasos a seguir en casos de quejas, reclamos o incidentes imprevistos, la empresa se expone a que la respuesta quede sujeta únicamente al criterio individual de cada colaborador. Esta dependencia en la improvisación puede derivar en respuestas inconsistentes, poco efectivas e incluso contraproducentes, afectando tanto la imagen de la organización como la confianza depositada por los clientes. Contar con lineamientos claros para la gestión de crisis es esencial, no solo para proteger la reputación institucional, sino también para brindar seguridad y tranquilidad a los usuarios en momentos de dificultad.

En síntesis, aunque el servicio al cliente en la práctica ha mostrado ser funcional y ha permitido mantener relaciones positivas con la clientela, el reto principal de la empresa es pasar de la experiencia empírica a la formalización estratégica. Establecer protocolos, diseñar programas

de fidelización y aplicar mecanismos de retroalimentación continua son pasos fundamentales para consolidar un servicio al cliente más sólido, coherente y competitivo, capaz de sostenerse en el tiempo y responder de manera eficiente a las exigencias de un entorno empresarial cada vez más demandante.

## **INNOVACIÓN**

Dentro de la organización se puede identificar la existencia de una apertura, aunque de carácter informal, para que los empleados presenten propuestas o compartan ideas orientadas a la mejora de los procesos y servicios. Este aspecto constituye un punto positivo, ya que refleja cierta disposición hacia la participación del personal y fomenta un ambiente en el que la creatividad no está completamente limitada. Sin embargo, la falta de un canal o sistema formalmente establecido para la recepción, análisis y seguimiento de estas iniciativas representa una limitación significativa. En ausencia de dicho mecanismo, muchas de las ideas que podrían convertirse en proyectos valiosos terminan perdiéndose en el camino, lo cual impide sistematizar, evaluar y aprovechar de manera estratégica el potencial creativo y el conocimiento práctico de los colaboradores.

De igual manera, la innovación dentro de la empresa enfrenta otra limitación importante: la carencia de un sistema estructurado de retroalimentación. Al no recolectarse información de manera formal, se dificulta obtener un panorama claro y confiable sobre las necesidades, expectativas y sugerencias, tanto de los clientes como de los propios empleados. Esta ausencia de datos sistemáticos restringe la capacidad de la empresa para detectar áreas de mejora, anticiparse a problemas recurrentes y desarrollar soluciones innovadoras que respondan de manera efectiva a los retos del entorno.

Es necesario comprender que la innovación no debe concebirse exclusivamente como la incorporación de nuevas tecnologías o herramientas digitales. Si bien estos elementos son importantes, el verdadero núcleo de la innovación empresarial también reside en la capacidad de escuchar activamente, interpretar y adaptar los procesos internos para alcanzar una mejora continua. En este sentido, contar con mecanismos formales de escucha activa se vuelve indispensable. Estos pueden incluir encuestas estructuradas, buzones de sugerencias digitales, entrevistas periódicas o reuniones de retroalimentación organizadas de forma periódica, donde tanto clientes como empleados puedan expresar de manera clara sus percepciones y propuestas.

La sistematización de este tipo de prácticas no solo incrementa la eficiencia interna, sino que también fortalece la cultura organizacional, ya que transmite el mensaje de que cada voz es tomada en cuenta y puede contribuir al desarrollo de la empresa. Asimismo, facilita la identificación de tendencias y patrones que, al ser analizados, pueden transformarse en innovaciones que aporten ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

En conclusión, aunque la empresa muestra señales de apertura hacia la innovación mediante la receptividad a ideas de sus empleados, el reto principal es pasar de una práctica aislada y espontánea a un proceso formal, estructurado y estratégico. La implementación de canales claros para la recolección de ideas y retroalimentación, acompañados de un seguimiento sistemático, permitirá que la innovación se convierta en un eje transversal de la organización, favoreciendo no solo la adaptación a los cambios, sino también la creación de un entorno dinámico, participativo y competitivo.

## **AMBIENTE LABORAL**

La empresa ofrece un ambiente de trabajo en el que la comunicación, aunque mayormente de carácter verbal e informal, permite cierto nivel de coordinación en las actividades cotidianas. Este flujo de información contribuye a que las tareas se desarrollen de manera aceptable y que el personal cuente con un espacio básico para expresar necesidades o resolver asuntos inmediatos. Asimismo, se evidencia que los esfuerzos y logros individuales son reconocidos, aunque sea de forma no institucionalizada, lo que genera en los colaboradores una sensación de valoración que favorece la disposición para cumplir con sus responsabilidades. De igual forma, la organización promueve algunas actividades recreativas y de integración, como la cena navideña, las cuales funcionan como espacios de convivencia que refuerzan la unión entre los miembros del equipo y permiten fortalecer la identidad corporativa desde una dimensión social.

No obstante, al analizar el ambiente laboral de manera más profunda, surgen ciertas debilidades que requieren atención prioritaria. En primer lugar, el cumplimiento de las normas de seguridad y salud ocupacional se lleva a cabo de forma parcial, lo que constituye un riesgo tanto para el bienestar físico de los trabajadores como para la estabilidad legal de la empresa. La carencia de un programa de prevención de riesgos claramente definido implica que los colaboradores se encuentran expuestos a posibles incidentes que podrían evitarse mediante protocolos adecuados y medidas preventivas. Esta situación no solo afecta la seguridad individual, sino que también repercute en la productividad general, ya que un accidente laboral o una deficiencia en las condiciones de trabajo puede traducirse en bajas, rotación de personal o incluso sanciones legales.

Aunado a ello, se identifica que la oferta de capacitación formal es limitada, lo cual restringe el desarrollo profesional de los empleados y frena la posibilidad de que estos fortalezcan

sus competencias técnicas y personales. La falta de programas de formación continua afecta directamente la motivación, ya que los trabajadores perciben menos oportunidades de crecimiento dentro de la organización. En un entorno empresarial cada vez más competitivo, invertir en la capacitación de los equipos no debe considerarse un gasto, sino una estrategia que repercute en la eficiencia, en la calidad del servicio y en la retención del talento humano.

En este sentido, resulta fundamental que la empresa avance hacia la implementación de canales formales de comunicación interna que garanticen una interacción más clara, estructurada y transparente. Estos mecanismos no solo permitirían mejorar la coordinación entre áreas y reducir la posibilidad de malentendidos, sino que también favorecerían un clima laboral más participativo, donde los colaboradores puedan expresar sus inquietudes y propuestas con la seguridad de ser escuchados. Asimismo, el establecimiento de programas de reconocimiento más sólidos y organizados contribuiría de manera significativa a incrementar la motivación y el sentido de pertenencia del equipo. Reconocer los logros de manera oficial, ya sea mediante incentivos, menciones formales o planes de desarrollo, refuerza el compromiso de los empleados y fortalece el lazo con la empresa.

En conclusión, si bien el ambiente laboral actual muestra aspectos positivos como la comunicación cotidiana, el reconocimiento informal y las actividades recreativas, existen áreas críticas que deben ser mejoradas con urgencia. El fortalecimiento de la seguridad ocupacional, la implementación de un plan de prevención de riesgos, la inversión en capacitación formal y el desarrollo de mecanismos de comunicación y reconocimiento estructurados permitirán consolidar un entorno laboral más seguro, motivador y profesional, que se traduzca en mayor productividad, compromiso y sostenibilidad para la organización.

## **ESTRUCTURA DEL PLAN DE MARKETING**

### **Objetivo**

#### **Objetivo General**

El objetivo central del plan de marketing consiste en lograr que Funeraria La Nueva Guadalupe se posicione como la empresa líder en la prestación de servicios funerarios humanizados, confiables y accesibles en la zona oriental de El Salvador. Este propósito busca no solo destacar a la organización frente a sus competidores directos, sino también consolidar una imagen sólida basada en la empatía, la sensibilidad y la calidad en la atención, elementos fundamentales dentro de un sector tan delicado y significativo como lo es el servicio funerario. El posicionamiento como líder en la región implica alcanzar un nivel de reconocimiento que permita a la empresa ser percibida por la comunidad como la primera opción al momento de requerir este tipo de servicios, gracias a su profesionalismo, accesibilidad y trato humano.

#### **Objetivos Específicos:**

##### **Incrementar el reconocimiento de marca mediante presencia digital.**

Uno de los pilares del plan es fortalecer la visibilidad de la funeraria a través de una estrategia integral de marketing digital. Esto implica ampliar su presencia en plataformas como redes sociales, buscadores y medios digitales especializados, generando contenido que no solo informe sobre los servicios, sino que también transmita confianza y cercanía. Al incrementar el reconocimiento de marca en el entorno digital, la empresa podrá llegar a un público más amplio, mantener una comunicación constante con la comunidad y proyectar una imagen moderna y accesible que se adapte a las nuevas formas de interacción de los usuarios.

##### **a. Fidelizar clientes mediante estrategias de comunicación emocional.**

Dado que los servicios funerarios están directamente relacionados con momentos de alta sensibilidad emocional, resulta esencial que la empresa implemente estrategias de comunicación que prioricen la empatía, el respeto y la comprensión hacia las familias atendidas. La fidelización no se limita únicamente a la repetición de consumo, sino que en este contexto se orienta a construir relaciones de confianza y acompañamiento a largo plazo. Por ello, el plan contempla el diseño de mensajes y experiencias personalizadas que refuercen el sentido de apoyo humano y el compromiso de la empresa con la comunidad, de manera que los clientes sientan seguridad, respaldo y gratitud hacia la organización.

**b. Diversificar canales de venta y atención al cliente.**

Otro aspecto clave es ampliar los medios a través de los cuales los clientes pueden acceder a los servicios y establecer contacto con la empresa. Además de los canales tradicionales de atención presencial, se propone incorporar nuevas vías como plataformas digitales, asistencia telefónica especializada y herramientas interactivas en línea que permitan resolver dudas, solicitar información y contratar servicios de manera más ágil. Esta diversificación no solo incrementa la comodidad para los usuarios, sino que también fortalece la competitividad de la funeraria, al ofrecer un servicio integral que se adapta a las necesidades y hábitos de comunicación de diferentes segmentos de clientes.

## **PÚBLICO OBJETIVO**

El público objetivo de Funeraria La Nueva Guadalupe se encuentra conformado por diferentes segmentos de la población que, aunque presentan características socioeconómicas y necesidades particulares, coinciden en la búsqueda de un servicio funerario digno, respetuoso y accesible. El reconocimiento y la adecuada segmentación de estos grupos resulta esencial para diseñar estrategias de marketing efectivas, ya que permite adaptar la comunicación y los servicios

a las expectativas de cada cliente, fortaleciendo con ello la relación de confianza y el posicionamiento de la empresa en el mercado.

En primer lugar, se contempla a las familias pertenecientes a los estratos sociales alto, medio y bajo. Este grupo constituye la base principal de la demanda, ya que son quienes requieren directamente un servicio funerario en momentos de necesidad. Independientemente de su nivel socioeconómico, todas estas familias valoran la importancia de contar con un servicio que combine calidad, accesibilidad y personalización, de manera que puedan despedir a sus seres queridos con dignidad y respeto. Para atender a este segmento de forma integral, la empresa debe ofrecer opciones flexibles que se adapten a las posibilidades económicas de cada familia, sin comprometer la calidad ni el acompañamiento humano que caracteriza a sus servicios.

En segundo lugar, se encuentran las personas mayores interesadas en la previsión funeraria. Este público representa un segmento particular, ya que busca garantizar con anticipación que, llegado el momento, su familia no se vea sobrecargada con los aspectos logísticos, emocionales o financieros de los servicios funerarios. Este grupo, generalmente motivado por la responsabilidad y el deseo de tranquilidad para sus seres queridos, requiere propuestas claras, transparentes y confiables que transmitan seguridad en cuanto a la cobertura de los servicios contratados. Atender a este sector implica ofrecer planes de previsión flexibles y accesibles, acompañados de un trato empático y cercano que refuerce la confianza hacia la empresa.

Por último, se considera al público digital, conformado principalmente por los hijos o nietos de personas mayores, quienes en muchas ocasiones asumen la toma de decisiones relacionadas con los servicios funerarios. Este grupo suele ser más activo en plataformas digitales y espera contar con información inmediata, clara y disponible en línea para poder evaluar opciones y tomar decisiones informadas. Se trata de un segmento clave en el proceso de modernización de

la funeraria, ya que exige la diversificación de los canales de comunicación y venta, así como la implementación de estrategias digitales que transmitan profesionalismo, sensibilidad y accesibilidad.

El público objetivo de la Funeraria La Nueva Guadalupe integra tanto a familias en general, como a personas mayores y a los nuevos tomadores de decisiones en entornos digitales. La identificación de estos segmentos, junto con la implementación de estrategias diferenciadas para cada uno, permitirá a la empresa responder de manera adecuada a las necesidades de la comunidad, consolidando su liderazgo en el mercado y asegurando un servicio funerario que combine dignidad, accesibilidad y un trato profundamente humanizado.

## **COMUNICACIÓN**

La estrategia de comunicación de Funeraria La Nueva Guadalupe se encuentra orientada a cumplir un rol fundamental dentro de la propuesta de valor de la empresa, ya que no solo busca transmitir información, sino también establecer un vínculo emocional con las familias atendidas. El propósito central de esta estrategia es brindar información clara y útil acerca de los servicios, generar confianza en la organización y, al mismo tiempo, acompañar de manera sensible y empática a los clientes durante momentos particularmente difíciles y dolorosos. De esta forma, la comunicación no se limita a ser un canal de transmisión de mensajes, sino que se convierte en una herramienta estratégica que fortalece la imagen de la empresa y consolida la relación con la comunidad.

Para lograr dicho objetivo, la funeraria hace uso de contenidos variados y adaptados a las diferentes necesidades de su público. Por un lado, se dirige a aquellas personas que requieren un servicio inmediato, proporcionando información precisa, accesible y oportuna que facilite la toma de decisiones en un contexto de urgencia. En este caso, la comunicación debe ser ágil, directa y

transparente, transmitiendo seguridad en cuanto a la calidad del servicio y mostrando sensibilidad frente a la situación emocional de los usuarios. Por otro lado, la empresa también orienta su comunicación hacia aquellas personas interesadas en planes de previsión funeraria, quienes buscan soluciones anticipadas que garanticen tranquilidad a futuro. Para este segmento, los mensajes deben centrarse en destacar la importancia de la planificación, la confianza en la empresa y la accesibilidad de los planes ofrecidos.

El manejo de la comunicación en este contexto es especialmente delicado, ya que implica dirigirse a clientes que atraviesan momentos de vulnerabilidad emocional. Por ello, resulta esencial que el tono utilizado sea respetuoso, empático y cercano, evitando caer en mensajes excesivamente comerciales o impersonales. Una estrategia de comunicación bien estructurada permite transmitir no solo la oferta de servicios, sino también los valores de la organización, reforzando su compromiso con la dignidad, la sensibilidad y el acompañamiento humano.

En síntesis, la comunicación en Funeraria La Nueva Guadalupe constituye un pilar estratégico que combina la transmisión de información útil con el fortalecimiento de la confianza y el acompañamiento emocional. A través de la diversificación de contenidos y la adaptación de los mensajes a los diferentes segmentos del público, la empresa logra posicionarse como una opción confiable y cercana, capaz de responder tanto a las necesidades inmediatas como a las decisiones de previsión a largo plazo.

## **PILARES DE CONTENIDO**

La estrategia de contenido de Funeraria La Nueva Guadalupe se estructura en torno a tres pilares fundamentales que permiten orientar la comunicación de la empresa hacia distintos objetivos, según las necesidades del público. Estos pilares buscan no solo transmitir información,

sino también aportar valor en cada interacción con la comunidad, combinando aspectos prácticos, emocionales y promocionales de manera coherente y equilibrada.

En primer lugar, se encuentra el contenido educativo, el cual tiene como propósito brindar información clara, confiable y de utilidad sobre temas relacionados con los servicios funerarios. Este tipo de publicaciones se orienta a explicar los procedimientos a seguir ante la pérdida de un ser querido, los diferentes tipos de servicios funerarios disponibles en la empresa, así como los beneficios que ofrece la contratación de planes de previsión. Al adoptar un enfoque pedagógico, la organización logra reducir la incertidumbre de las familias en momentos de dificultad, ofreciendo orientación práctica que facilita la toma de decisiones. Además, este contenido contribuye a posicionar a la funeraria como una fuente de información experta y confiable dentro de su sector.

El segundo pilar corresponde al contenido emocional, el cual busca establecer un vínculo afectivo con los clientes y la comunidad. A través de frases de consuelo, mensajes de carácter espiritual, homenajes a seres queridos y publicaciones diseñadas para acompañar el proceso de duelo, la empresa proyecta empatía y sensibilidad. Este tipo de contenido no solo fortalece la conexión emocional con los usuarios, sino que también refuerza la imagen de la funeraria como una organización que entiende y respeta la dimensión humana de sus servicios. En un contexto en el que los clientes atraviesan momentos de dolor y vulnerabilidad, el componente emocional se convierte en un elemento clave para generar confianza y fidelidad.

Finalmente, se encuentra el contenido informativo y promocional, destinado a comunicar de manera clara los detalles prácticos de los servicios que ofrece la funeraria. En este pilar se incluyen datos específicos sobre los horarios de atención, promociones disponibles, cobertura territorial y los diferentes paquetes que la empresa pone a disposición de sus clientes. Este tipo de

publicaciones cumple una función esencial, ya que garantiza que la comunidad esté debidamente informada sobre la oferta de la funeraria, al mismo tiempo que fortalece su posicionamiento competitivo en el mercado.

En conjunto, estos tres pilares de contenido educativo, emocional e informativo/promocional permiten que la estrategia comunicacional de Funeraria La Nueva Guadalupe sea integral y efectiva. La combinación de orientación práctica, acompañamiento emocional y promoción de servicios asegura que cada mensaje transmitido tenga un propósito claro y aporte valor tanto a la empresa como a los clientes. De esta manera, la funeraria no solo refuerza su imagen institucional, sino que también construye relaciones de confianza y empatía con la comunidad a la que sirve.

### **Palabras clave sugeridas para campañas digitales (Google Ads)**

- ✓ Velorios en vivo
- ✓ Previsión funeraria
- ✓ Asistencia funeraria
- ✓ Funeraria en San Miguel
- ✓ Servicios funerarios El Salvador
- ✓ Velación en casa
- ✓ Planes funerarios accesibles
- ✓ Ataúdes
- ✓ Funeraria 24/7
- ✓ Paquetes funerarios
- ✓ Transporte funerario
- ✓ Velación religiosa

- ✓ Entierro cristiano

Cabe mencionar que de los arquetipos que se utilizan más comúnmente en la funeraria nueva Guadalupe y se utilizan mayor mente en cada publicación y cada en vivo que se hace son:

- ✓ La locación (#sanmiguel, #eltransito, etc.)
- ✓ Funeraria, Funerales
- ✓ Velación
- ✓ En vivo
- ✓ Luto
- ✓ Apellido de los familiares

## **ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA**

### **Canales de Publicación.**

La Nueva Guadalupe se orienta a aprovechar de manera estratégica las distintas plataformas digitales con el objetivo de fortalecer la presencia en línea de la empresa, generar confianza en la comunidad y mantener una comunicación cercana y constante con los diferentes segmentos de su público objetivo. Cada canal de publicación cumple una función específica dentro de la estrategia, de modo que en conjunto permitan transmitir mensajes coherentes, alineados a los valores de la organización y adaptados a las características de cada audiencia.

En primer lugar, Facebook se posiciona como el canal principal de comunicación digital. Su fortaleza radica en la capacidad de alcanzar a un público amplio y diverso, lo que lo convierte en la plataforma más adecuada para difundir tanto contenido emocional como informativo. A través de este medio, la funeraria puede compartir mensajes de consuelo, publicaciones educativas y detalles sobre sus servicios, al mismo tiempo que ofrece la posibilidad de atender consultas en

tiempo real mediante mensajes privados o comentarios. La versatilidad de Facebook permite también generar interacción comunitaria, consolidando así una relación más cercana con los usuarios.

Por otro lado, Instagram constituye un espacio idóneo para compartir contenido altamente visual y emotivo. La plataforma permite transmitir mensajes a través de imágenes significativas, frases de aliento y homenajes visuales diseñados para acompañar el proceso de duelo de las familias. La naturaleza estética y visual de Instagram favorece la creación de publicaciones que transmitan sensibilidad, reforzando la imagen de la empresa como una organización cercana y empática. Este canal, además, es fundamental para conectar con un público que valora la comunicación visual como una forma de expresión emocional.

En el caso de TikTok, la estrategia se centra en la transmisión de mensajes breves y directos que combinen un enfoque reflexivo con un componente educativo. Este canal permite llegar de manera más efectiva a un público más joven, que consume contenidos en formatos ágiles y dinámicos. A través de videos cortos, la funeraria puede transmitir mensajes que promuevan la importancia de la previsión funeraria, generar conciencia sobre los procesos relacionados con el duelo y ofrecer consejos prácticos en un formato accesible y adaptado a las tendencias digitales actuales.

En cuanto al calendario de contenido, se establece una frecuencia sugerida de tres publicaciones por semana, específicamente los lunes, miércoles y viernes. Esta programación busca mantener un flujo constante de comunicación con la audiencia sin saturarla, logrando un equilibrio entre presencia activa y calidad en los mensajes. Bajo este esquema, se proyecta un total de doce publicaciones al mes, lo cual permite asegurar continuidad, variedad temática y cobertura adecuada en las diferentes plataformas sociales.

La estrategia de social media de Funeraria La Nueva Guadalupe combina la funcionalidad de Facebook, la emotividad visual de Instagram y la fresca dinámica de TikTok para construir una comunicación digital integral. La implementación de un calendario de publicaciones regular asegura consistencia en la interacción con el público, contribuyendo al posicionamiento de la funeraria como una empresa moderna, sensible y comprometida con brindar acompañamiento y confianza también en el entorno digital.

### Calendario de contenido semanal

**Frecuencia sugerida:** 3 publicaciones por semana (lunes, miércoles y viernes)

Total, de publicaciones al mes: 12

| Día       | Tipo de Contenido | Ejemplo de Publicaciones  |
|-----------|-------------------|---|
| Lunes     | Educativo         | ¿Qué hacer cuando fallece un ser querido?                           |
| Miércoles | Emocional         | Publicación con frases de consuelo, reflexiones o mensajes emotivo. |
| Viernes   | Informativo       | Promociones, horarios, planes previsionales o paquetes              |

### COLABORACIONES

Las colaboraciones estratégicas representan un componente fundamental dentro del modelo de gestión de Funeraria La Nueva Guadalupe, ya que permiten fortalecer la propuesta de valor de la empresa y consolidar su posicionamiento como un proveedor confiable de servicios funerarios humanizados y accesibles. En este sentido, las alianzas constituyen un pilar clave para ofrecer un servicio más integral, coordinado y adaptado a las necesidades específicas de los

clientes, particularmente en un sector donde la sensibilidad, la eficiencia y el respeto por las tradiciones resultan esenciales.

Actualmente, la funeraria ha establecido alianzas estratégicas clave que le permiten ampliar la cobertura de su oferta y garantizar que cada familia reciba un acompañamiento completo durante todo el proceso funerario. Estas colaboraciones no solo fortalecen la capacidad de respuesta de la empresa, sino que también enriquecen la calidad del servicio, al integrar recursos y conocimientos provenientes de distintas organizaciones aliadas. De esta manera, la funeraria logra responder de manera más eficiente a las necesidades prácticas y emocionales de las familias, aportando un valor agregado a cada etapa del servicio.

Un aspecto relevante de estas alianzas es su orientación hacia la atención de familias de clase media y baja, quienes representan un segmento significativo del mercado y, al mismo tiempo, suelen enfrentar mayores limitaciones económicas al momento de contratar un servicio funerario. Gracias a estas colaboraciones, la empresa puede garantizar un servicio más accesible, sin sacrificar la dignidad ni la calidad en la atención. Además, se logra un acompañamiento integral que abarca desde los aspectos logísticos hasta el apoyo emocional y el respeto por las costumbres y tradiciones locales, lo que refuerza la cercanía de la funeraria con la comunidad a la que sirve.

Las alianzas estratégicas de Funeraria La Nueva Guadalupe representan un recurso esencial para el fortalecimiento de su modelo de negocio. Al apoyarse en estas colaboraciones, la empresa no solo amplía sus capacidades operativas, sino que también asegura la prestación de un servicio integral, eficiente y respetuoso, orientado especialmente a aquellas familias que más lo necesitan. De esta forma, las colaboraciones se convierten en un factor diferenciador que potencia la competitividad de la organización y consolida su imagen como una funeraria comprometida con brindar un acompañamiento humano y de calidad.

## PRINCIPALES COLABORACIONES

La Funeraria La Nueva Guadalupe ha desarrollado una serie de colaboraciones estratégicas que fortalecen su modelo de servicio integral y humanizado, permitiéndole atender de manera eficiente y sensible a las familias en momentos de gran vulnerabilidad emocional. Estas alianzas no solo amplían la cobertura de los servicios, sino que también optimizan los recursos disponibles, mejoran la calidad de la atención y permiten establecer una presencia más sólida en la comunidad a la que sirve.

Entre las principales colaboraciones se destacan las siguientes:

**Otras funerarias:** La empresa ha establecido acuerdos de colaboración con distintas funerarias ubicadas en la zona oriental del país. Esta estrategia permite extender la cobertura geográfica de la organización, compartir infraestructura y recursos logísticos en situaciones de alta demanda, o atender casos que se presentan fuera del área inmediata de San Miguel. Gracias a estas alianzas, se asegura que las familias puedan recibir atención oportuna y de calidad, independientemente de su ubicación geográfica, fortaleciendo así la capacidad de respuesta de la empresa y su reputación como un proveedor confiable de servicios funerarios.

**Iglesias locales:** La funeraria mantiene alianzas con diversas iglesias cristianas, tanto evangélicas como católicas, lo cual facilita la coordinación de velaciones religiosas, servicios de oración, cultos conmemorativos y acompañamiento espiritual. Estas colaboraciones no solo aseguran que las familias cuenten con un soporte religioso y cultural adecuado, sino que también actúan como un medio de difusión natural de los servicios de la funeraria, permitiéndole llegar de manera más directa a comunidades específicas y generando vínculos de confianza con los líderes comunitarios y los feligreses.

**Servicios complementarios:** La empresa también ha establecido vínculos con proveedores locales que ofrecen productos y servicios esenciales para la realización de actos funerarios, entre ellos floristerías, panaderías y tamalerías. Estas colaboraciones permiten ofrecer un servicio más completo y organizado, asegurando que cada evento sea atendido de manera integral y satisfactoria, desde los aspectos logísticos hasta los detalles que contribuyen a la experiencia emocional y cultural de las familias.

### **Alianzas Estratégicas con Externos**

En la actualidad, la Funeraria La Nueva Guadalupe trabaja activamente en la gestión de nuevas alianzas estratégicas con el objetivo de ampliar el conocimiento de la empresa, incrementar la accesibilidad de sus servicios y, al mismo tiempo, maximizar las oportunidades de ventas. Entre las posibilidades de expansión que se consideran prioritarias destacan las siguientes:

**Clínicas y hospitales privados:** Establecer vínculos con estas instituciones permitiría atender de manera más rápida y organizada a las familias en momentos críticos, facilitando la coordinación de traslados y servicios inmediatos, y garantizando un acompañamiento profesional desde el primer contacto.

**Cooperativas o aseguradoras:** La colaboración con entidades financieras y de previsión funeraria contribuiría a ampliar la oferta de planes accesibles y previsionales, asegurando que un mayor número de familias pueda acceder a servicios completos y dignos, al tiempo que se fortalece la sostenibilidad financiera y la expansión del negocio.

## **MARKETING DE PRODUCTOS**

Dentro de la estrategia de marketing de Funeraria La Nueva Guadalupe, resulta esencial contar con recomendaciones claras que permitan posicionar de manera efectiva cada uno de los

servicios ofrecidos, al mismo tiempo que se fortalece la conexión emocional con los clientes y se facilita el acceso a los productos mediante opciones de pago flexibles. Esta combinación de segmentación, comunicación emocional y facilidad de pago asegura que la funeraria pueda atender las diferentes necesidades de la comunidad de manera integral y profesional.

### **Segmentación clara de los servicios**

La segmentación de los servicios es un elemento fundamental para lograr una comunicación efectiva y una adecuada cobertura de mercado. En este sentido, se recomienda diferenciar claramente las distintas opciones que la funeraria ofrece:

**Servicios inmediatos:** Destinados a funerales que se realizan al momento del fallecimiento, garantizando atención rápida, eficiente y respetuosa para las familias que requieren apoyo inmediato.

**Planes de previsión funeraria:** Pensados para quienes buscan planificar con anticipación, asegurando tranquilidad y protección para sus seres queridos frente a los costos y procesos del servicio funerario.

**Alquiler de salas de velación:** Dirigido a quienes necesitan espacios adecuados para realizar ceremonias y despedidas, permitiendo ofrecer un servicio completo que cubra tanto lo logístico como lo emocional.

**Servicios de cremación (si aplica):** Incluyendo opciones que respeten las preferencias culturales y personales de las familias, ampliando la oferta de manera flexible y adaptada a distintas necesidades.

**Traslados nacionales e internacionales:** Facilitando la movilización de los cuerpos con seguridad y eficiencia, tanto dentro del país como hacia el extranjero, asegurando que la atención sea integral sin importar la ubicación.

### **Enfocar la comunicación en el valor emocional**

El marketing de productos en el sector funerario no se limita únicamente a la presentación de servicios, sino que debe transmitir un mensaje de apoyo, empatía y confianza. Para lograrlo, se recomienda que la comunicación se centre en el valor emocional, utilizando mensajes que reflejen comprensión y acompañamiento, tales como:

“Brindamos apoyo real en el momento más difícil.”

“Anticípate y protege a tu familia.”

Este enfoque permite que los clientes perciban no solo la disponibilidad de un servicio, sino también el compromiso de la funeraria con el bienestar emocional de las familias, fortaleciendo la confianza y la fidelización

### **Ofrecer formas de pago flexibles**

Para garantizar el acceso a los servicios y aumentar la posibilidad de contratación, es fundamental ofrecer opciones de pago que se adapten a las capacidades económicas de los clientes.

Entre las recomendaciones destacan:

**Cuotas mensuales accesibles** para los planes de previsión, permitiendo que más familias puedan planificar con tranquilidad y sin sobrecargar su presupuesto.

**Descuentos por pago anticipado**, incentivando la contratación de servicios a largo plazo y ofreciendo beneficios económicos adicionales a los clientes.

**Convenios con cooperativas, iglesias o asociaciones comunales**, los cuales facilitan el acceso a los servicios y refuerzan la confianza de la comunidad hacia la funeraria, al brindar opciones de pago que se ajusten a distintas realidades sociales.

## **CUSTOMER JOURNEY**

El Customer Journey, o recorrido del cliente, representa el proceso completo que atraviesa una persona desde el momento en que identifica una necesidad hasta después de recibir el servicio correspondiente. Este concepto permite a las empresas entender las distintas etapas de interacción con sus clientes, anticipar sus expectativas y diseñar estrategias que garanticen una experiencia positiva y satisfactoria. En el caso de Funeraria La Nueva Guadalupe, el Customer Journey puede dividirse en cinco etapas clave, cada una de las cuales requiere acciones específicas que combinan información, empatía y profesionalismo para fortalecer la relación con el cliente.

### **1.Descubrimiento**

En esta primera etapa, el cliente aún no enfrenta una necesidad inmediata, pero comienza a informarse sobre servicios funerarios o planes de previsión. Es un momento crucial para generar presencia de marca y transmitir confianza. La funeraria debe ofrecer contenido educativo y de valor, que explique los procedimientos funerarios, los beneficios de la previsión y consejos prácticos para anticiparse a situaciones futuras. Además, resulta fundamental mantener una fuerte presencia en redes sociales y en buscadores como Google, de manera que la empresa sea fácilmente encontrada cuando el cliente busque información sobre servicios relacionados. Esta etapa no solo aumenta la visibilidad de la funeraria, sino que también contribuye a posicionarla como una fuente confiable y profesional.

### **2.Consideración**

En la etapa de consideración, el cliente evalúa diferentes opciones disponibles en el mercado, comparando precios, servicios y la calidad de la atención ofrecida por cada funeraria. Para influir positivamente en esta fase, la empresa debe garantizar que la información proporcionada sea clara, completa y accesible. Los canales de comunicación inmediata, como

WhatsApp o atención telefónica, resultan especialmente importantes, ya que permiten resolver dudas, ofrecer orientación personalizada y generar confianza en el proceso de elección. La rapidez, claridad y empatía en la respuesta son determinantes para que el cliente se sienta acompañado y seguro en su decisión.

### **3.Decisión**

Durante la etapa de decisión, el cliente elige la funeraria que le inspira mayor confianza y credibilidad. En este momento, el trato debe ser altamente empático y profesional, explicando de manera transparente los paquetes de servicios disponibles, sus beneficios y las opciones de personalización que se pueden ofrecer. La atención cuidadosa y respetuosa es clave para consolidar la confianza, reducir la ansiedad y garantizar que el cliente perciba que su elección responde a una decisión informada y segura.

### **4.Servicio**

Esta es la etapa más crítica del Customer Journey, ya que corresponde al momento en que se brinda el servicio funerario propiamente dicho. Durante esta fase, el cliente espera un servicio impecable, organizado, respetuoso y sensible a las necesidades emocionales de la familia. La calidad de la experiencia en esta etapa determina en gran medida la percepción general de la empresa, ya que cualquier detalle descuidado puede afectar la satisfacción del cliente. Garantizar un servicio humano, eficiente y libre de complicaciones permite fortalecer la relación con la familia y construir una reputación sólida basada en profesionalismo y empatía.

### **5.Post-servicio**

Una vez concluido el funeral, la empresa tiene la oportunidad de mantener el contacto con el cliente a través de un seguimiento cuidadoso. Esto puede incluir un agradecimiento por la

confianza depositada, la invitación a brindar retroalimentación sobre la experiencia y la disposición para resolver dudas adicionales o brindar apoyo emocional. Esta etapa es fundamental para fortalecer la imagen de marca, generar recomendaciones y fidelizar a los clientes, ya que demuestra un compromiso genuino con la atención humana y continua más allá del servicio inmediato.

## ACCIONES

### Marketing digital

Dentro del marketing digital, se contemplan diversas acciones enfocadas en alcanzar a la audiencia correcta y generar contenido de valor:

**Campañas en Facebook e Instagram con segmentación geográfica**, específicamente dirigidas a La Unión y zonas cercanas, con el objetivo de asegurar que los mensajes lleguen a las personas que realmente pueden acceder a los servicios de la funeraria.

**Uso de testimonios reales**, obtenidos con permiso de los clientes, lo cual permite transmitir confianza y credibilidad al mostrar experiencias auténticas de quienes han recibido el servicio.

**Generación de contenido empático, útil y educativo**, que informe a las familias sobre procedimientos funerarios, planes de previsión y recomendaciones prácticas para momentos de duelo, fortaleciendo así la percepción de la empresa como un aliado confiable.

**Formularios en línea** para cotizar servicios o reservar planes de previsión, facilitando que los clientes realicen solicitudes de manera rápida y cómoda, sin necesidad de desplazamientos físicos inmediatos.

## Redes sociales

La gestión de redes sociales es fundamental para mantener comunicación constante y cercana con el público objetivo:

**Publicaciones semanales** con frases de consuelo, testimonios de clientes y fotografías del lugar, transmitiendo un mensaje de cercanía y profesionalismo.

**Historias de Instagram y Facebook** que muestran el día a día de la funeraria con respeto y sensibilidad, permitiendo a los seguidores conocer el entorno de trabajo y los servicios ofrecidos.

**Reels que muestran procesos con calidez**, incluyendo la preparación de los espacios y la atención al cliente, demostrando profesionalismo y cuidado en cada detalle.

**Integración de WhatsApp Business**, que facilita un contacto rápido y directo, brindando atención personalizada y resolviendo consultas de manera eficiente.

## Campañas

Las campañas de marketing se diseñan para atender diferentes objetivos estratégicos:

**Campañas de previsión funeraria**, con mensajes como “Protege a tu familia desde hoy”, que promueven la planificación anticipada y la seguridad de los seres queridos.

**Campañas estacionales**, vinculadas a fechas relevantes como el Día de los Difuntos o la Navidad, que permiten generar contenido conmemorativo y reforzar la cercanía con la comunidad.

**Campañas de fidelización**, dirigidas a clientes que ya han contratado servicios o que recomiendan la funeraria a otros, ofreciendo beneficios y promociones que incentiven la repetición y la recomendación, fortaleciendo la relación a largo plazo con la clientela.

## MARKETING TRADICIONAL

**Publicidad radial local:** La publicidad en radio constituye un medio idóneo para generar visibilidad y conectar emocionalmente con la audiencia. Se recomienda la creación de spots cortos que transmitan mensajes empáticos y promocionales, diseñados para destacar los valores de la funeraria y la calidad de sus servicios. Además, es aconsejable establecer alianzas con emisoras locales, incluyendo radios de La Unión y radios de carácter católico o evangélico, lo que permite llegar a públicos específicos y generar un impacto más directo dentro de la comunidad. La radio, por su cercanía y alcance, constituye un canal efectivo para reforzar la confianza y la recordación de la marca.

**Volantes y afiches:** Otra acción importante dentro del marketing tradicional es la distribución de volantes y afiches, los cuales deben ubicarse en lugares estratégicos donde se concentre el público objetivo, como iglesias, hospitales, alcaldías y cementerios. Estos materiales deben contar con un diseño sobrio y profesional, incluyendo información clara sobre los servicios, datos de contacto y los beneficios de los planes ofrecidos por la funeraria. La correcta presentación de los volantes y afiches contribuye a proyectar seriedad, confianza y cercanía, elementos esenciales en un sector donde la sensibilidad y la empatía son determinantes.

**Alianzas estratégicas:** El establecimiento de alianzas estratégicas con entidades locales fortalece la presencia de la funeraria y permite ofrecer beneficios adicionales a los clientes. Entre los aliados potenciales se encuentran las alcaldías, iglesias, cooperativas y aseguradoras. Este tipo de colaboraciones permite implementar beneficios cruzados, como descuentos o paquetes especiales, que generan valor agregado para los clientes y refuerzan la relación de la empresa con la comunidad. Estas alianzas estratégicas no solo amplían el alcance de los servicios, sino que

también contribuyen a posicionar la funeraria como una institución confiable y comprometida con el bienestar de las familias.

**Carteleras o rótulos en puntos estratégicos:** Finalmente, la colocación de carteleras o rótulos en puntos estratégicos de la ciudad representa una acción complementaria para fortalecer la visibilidad de la funeraria. Se recomienda ubicar estos anuncios en lugares de alto tránsito, como la entrada principal a la ciudad o en proximidad a hospitales y centros de atención, garantizando así que los mensajes lleguen de manera directa a un amplio número de personas. Los rótulos deben ser claros, sobrios y profesionales, transmitiendo confianza y reforzando la identidad de la marca.

### **PRESUPUESTO (SUGERIDO)**

El presupuesto constituye un elemento clave dentro de la planificación estratégica de Funeraria La Nueva Guadalupe, ya que permite asignar recursos de manera eficiente para alcanzar los objetivos de marketing y comunicación establecidos. Actualmente, la funeraria destina un monto aproximado de \$10 por cada publicación realizada en sus plataformas digitales. Este valor representa la inversión individual necesaria para generar contenido que sea visible, relevante y capaz de transmitir los valores de la empresa, así como informar sobre sus servicios de manera profesional y empática.

En el caso de contar con una campaña mensual, el presupuesto total se calcula considerando la frecuencia de las publicaciones y los recursos destinados a anuncios pagados en redes sociales. Esta inversión se proyecta como una herramienta estratégica para fortalecer la presencia digital de la funeraria, garantizando que los contenidos lleguen de manera efectiva a su público objetivo, generen interacción y refuercen la imagen de la empresa como un proveedor confiable de servicios funerarios humanizados y accesibles.

El periodo estimado de esta planificación presupuestaria se establece de manera mensual, permitiendo evaluar de manera continua los resultados obtenidos y realizar ajustes necesarios para optimizar el alcance y la efectividad de cada acción. Asimismo, el objetivo central de esta inversión es aumentar la visibilidad de los servicios funerarios mediante contenido estratégico, cuidadosamente diseñado para informar, educar y acompañar emocionalmente a las familias en momentos de gran sensibilidad.

| Encargado                             | Actividad Propuesta                                       | Costo Mensual |
|---------------------------------------|---|---------------|
| Agencia o encargado de pauta digital  | Activación de campañas publicitarias (Facebook/Instagram) | \$150.00      |
| Community Manager o personal interno  | Gestión de redes sociales y creación de contenido         | \$200         |
| Diseñador gráfico freelance o interno | Diseño gráfico eventual (post, banners. Material visual)  | \$100         |

## PROYECCIONES

**Aumentar la visibilidad online en un 40% en 3 meses:** Esta proyección busca fortalecer significativamente la presencia digital de la funeraria mediante estrategias de marketing en redes sociales, optimización de contenidos, campañas pagadas y acciones de SEO. El incremento en la visibilidad permitirá llegar a un público más amplio, generar mayor interacción y posicionar a la empresa como un referente confiable en servicios funerarios en la región oriental del país.

**Incrementar la contratación de planes previsionales en un 20% en 6 meses:** Esta meta está orientada a incentivar la planificación anticipada de servicios funerarios, ofreciendo tranquilidad y protección a las familias. El crecimiento proyectado en la contratación de estos planes refleja no solo el interés del público por asegurar el bienestar de sus seres queridos, sino

también la efectividad de las estrategias de comunicación emocional y educativa implementadas por la funeraria.

**Obtener al menos una alianza adicional en 2025**, ya sea con otras funerarias o con nuevos socios estratégicos: Esta proyección tiene como objetivo ampliar la cobertura de los servicios, optimizar recursos logísticos y generar beneficios adicionales para los clientes. La creación de nuevas alianzas permitirá a la empresa ofrecer un servicio más integral y fortalecer su presencia en la comunidad, consolidando su imagen como una organización confiable, accesible y comprometida con la atención humanizada.

## **VENTAS**

Entre las principales estrategias de venta implementadas por la funeraria se destacan las siguientes:

**Atención 24/7:** La disponibilidad permanente permite captar clientes en momentos críticos o urgentes, ofreciendo una respuesta inmediata y eficiente en situaciones de alta sensibilidad emocional. Esta estrategia asegura que las familias reciban asistencia en cualquier momento del día, generando tranquilidad y confianza en la capacidad de la empresa para atender emergencias de manera profesional y respetuosa.

**Enfoque en el trato empático y personalizado:** Cada interacción con el cliente se centra en comprender sus necesidades, emociones y expectativas. Este enfoque humanizado no solo contribuye a que el cliente se sienta acompañado y respaldado, sino que también genera recomendaciones boca a boca, consolidando la reputación de la funeraria como un proveedor confiable y comprometido con el bienestar de las familias.

**Promoción de planes con pagos accesibles y flexibilidad de servicios personalizados:** La empresa ofrece opciones adaptadas a diferentes capacidades económicas, facilitando la

contratación de planes previsionales y servicios funerarios. La posibilidad de personalizar los servicios según las necesidades de cada familia permite brindar una experiencia más satisfactoria y alineada con las expectativas del cliente, aumentando la probabilidad de contratación y fidelización.

**Uso de redes sociales para informar sobre servicios disponibles:** Aunque todavía de forma limitada, las plataformas digitales permiten comunicar de manera eficiente la disponibilidad de servicios, horarios de atención y beneficios de los planes ofrecidos. Este canal de comunicación complementa la atención directa y contribuye a que los clientes potenciales puedan acceder a información clara y confiable, favoreciendo la toma de decisiones informada.

## **MÉTODOS DE PAGO**

Los métodos de pago constituyen un componente esencial dentro de la operación de Funeraria La Nueva Guadalupe, ya que facilitan el acceso a los servicios y generan confianza en los clientes al ofrecerles opciones que se adaptan a sus necesidades económicas y preferencias de manejo financiero. Contar con alternativas de pago claras y flexibles permite que las familias puedan planificar y contratar los servicios funerarios de manera ordenada y sin complicaciones, asegurando al mismo tiempo la sostenibilidad económica de la empresa.

Entre los métodos de pago disponibles se destacan los siguientes:

**Efectivo:** Esta opción permite transacciones inmediatas, sencillas y directas, siendo especialmente útil en situaciones donde se requiere rapidez y eficiencia. Además, el pago en efectivo genera un proceso ágil y transparente, lo que contribuye a la tranquilidad de los clientes en momentos sensibles.

**Transferencias bancarias:** Esta modalidad ofrece seguridad y trazabilidad en cada operación, lo que permite a los clientes realizar pagos sin necesidad de movilizarse físicamente

hasta la funeraria. Las transferencias bancarias resultan especialmente prácticas para personas que valoran la comodidad, la seguridad y la eficiencia en sus transacciones financieras.

**Planes de pago en cuotas, negociados directamente con la familia:** Esta alternativa brinda flexibilidad económica, permitiendo a las familias acceder a servicios completos sin comprometer su presupuesto. La negociación directa asegura que los pagos sean adaptables a la capacidad financiera de cada cliente, al mismo tiempo que mantiene una relación cercana y personalizada entre la funeraria y las familias que contratan sus servicios.

## **PLAN DE VENTAS**

El plan de ventas constituye un elemento estratégico esencial para cualquier empresa, ya que permite organizar, prever y optimizar las acciones comerciales con el objetivo de incrementar la captación de clientes y la rentabilidad del negocio. En el caso de Funeraria La Nueva Guadalupe, actualmente no existe un plan de ventas formal documentado, lo que representa una oportunidad para estructurar y sistematizar las estrategias comerciales de manera más eficiente.

Actualmente, las decisiones de venta se toman principalmente en base a la experiencia del propietario y a la demanda observada en cada momento. Si bien esta modalidad ha permitido que la empresa funcione y atienda a los clientes de manera inmediata, depende en gran medida del juicio individual, lo cual puede generar inconsistencias en la gestión comercial y limitar el crecimiento sostenido de la empresa.

La ausencia de un plan formal implica que no existe un registro estructurado de metas, procesos, segmentación de servicios ni seguimiento sistemático de resultados. Esto dificulta la posibilidad de analizar patrones de comportamiento de los clientes, identificar oportunidades de mejora o implementar estrategias de venta proactivas, especialmente para servicios preventivos y planes previsionales que requieren planificación y promoción continua.

Formalizar un plan de ventas documentado permitirá a Funeraria La Nueva Guadalupe operar de manera más organizada y estratégica, estableciendo objetivos claros, procesos estandarizados y seguimiento constante de resultados. Esto no solo facilitará la toma de decisiones basada en datos, sino que también fortalecerá la eficiencia comercial, aumentará la captación de clientes y contribuirá a consolidar la posición de la funeraria en el mercado como un proveedor confiable, profesional y humanizado.

### **RECOMENDACIONES PARA EL PLAN DE VENTAS**

Para fortalecer la gestión comercial y mejorar los resultados de Funeraria La Nueva Guadalupe, es fundamental implementar un conjunto de recomendaciones estratégicas que permitan organizar las acciones de venta, optimizar los recursos disponibles y maximizar la captación de clientes. Estas recomendaciones están diseñadas para establecer un enfoque estructurado y profesional en la gestión comercial, asegurando que las decisiones se tomen de manera planificada y basada en objetivos concretos.

Entre las recomendaciones principales se encuentran las siguientes:

**Establecer metas trimestrales de ventas por tipo de servicio:** La definición de objetivos claros y medibles para cada trimestre permite monitorear el desempeño de la empresa, evaluar la efectividad de las estrategias implementadas y ajustar las acciones según los resultados obtenidos. Esto facilita la planificación anticipada, la identificación de oportunidades y la asignación eficiente de recursos, asegurando que cada área del negocio contribuya al cumplimiento de los objetivos generales.

**Identificar los paquetes más vendidos y promoverlos con mayor frecuencia:** Es importante reconocer cuáles servicios tienen mayor demanda, como los paquetes denominados “Tipo Jardín” o “Ejecutivo”, y diseñar estrategias específicas para promocionarlos de manera

constante. Esta acción permite optimizar las ventas de los productos más atractivos para los clientes, generando ingresos sostenibles y aumentando la eficiencia de los esfuerzos de marketing y ventas.

**Diseñar estrategias para vender servicios preventivos y ecológicos:** Dado que estos servicios se encuentran actualmente en crecimiento, es fundamental implementar acciones que promuevan su contratación y concienticen al público sobre sus beneficios. La venta de planes preventivos y servicios ecológicos no solo diversifica la oferta de la funeraria, sino que también posiciona a la empresa como innovadora, comprometida con la sostenibilidad y atenta a las necesidades emergentes de los clientes.

#### **METAS DE VENTAS SUGERIDAS**

Establecer metas de ventas claras y medibles constituye un elemento fundamental para garantizar el crecimiento sostenido de Funeraria La Nueva Guadalupe. Las metas no solo orientan las acciones del equipo comercial, sino que también permiten evaluar la efectividad de las estrategias implementadas, identificar áreas de mejora y asegurar que los recursos se utilicen de manera óptima para alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa.

Entre las metas de ventas sugeridas se destacan las siguientes:

**Aumentar en un 15% la cantidad de servicios vendidos anualmente mediante estrategias digitales:** Esta meta busca aprovechar el potencial de las plataformas digitales para captar nuevos clientes, mejorar la visibilidad de la empresa y fortalecer la presencia en línea. El crecimiento proyectado permite incrementar el volumen de ventas de manera sostenida, asegurando que las acciones de marketing digital y comunicación se traduzcan en resultados concretos y medibles.

**Obtener al menos 10 nuevos contratos de previsión funeraria en los próximos 6 meses:**

La contratación de planes preventivos es una estrategia clave para garantizar seguridad y tranquilidad a las familias, así como un flujo constante de clientes para la funeraria. Alcanzar esta meta permitirá ampliar la base de clientes, consolidar la relación con la comunidad y fortalecer la percepción de la empresa como un proveedor confiable y comprometido con la atención integral.

**Definir una meta mensual base de 5 servicios funerarios completos, con posibilidad de crecimiento:** Esta meta establece un estándar mínimo de desempeño para el equipo comercial, garantizando que se mantenga un nivel constante de ventas. Al mismo tiempo, se deja espacio para incrementar la cantidad de servicios según la demanda, asegurando flexibilidad y adaptación a las necesidades del mercado sin comprometer la calidad del servicio.

**PRODUCTO****Puntos positivos:**

**1. Compromiso y responsabilidad:** La empresa refleja de manera constante un alto grado de compromiso y responsabilidad en cada una de las actividades que realiza. Esto se manifiesta en la dedicación hacia el cumplimiento puntual y correcto de las tareas asignadas, garantizando que las obligaciones asumidas se ejecuten con seriedad y profesionalismo. Dicho compromiso no solo genera confianza en los clientes, sino que también contribuye a la construcción de una reputación sólida y confiable en el mercado.

**2. Calidad en la entrega:** Uno de los aspectos más destacados es la calidad en la entrega de los servicios. Cada trabajo desarrollado cumple con los estándares previamente definidos en los contratos, asegurando que se respeten los niveles de excelencia establecidos. Esta orientación hacia la calidad fortalece la percepción de valor que los clientes tienen de la empresa, al mismo tiempo

que consolida su posicionamiento frente a la competencia, mostrando una clara diferencia en cuanto a cumplimiento y profesionalismo.

**3.Buena comunicación:** La comunicación constituye un pilar fundamental dentro de la organización. Se mantiene un proceso de interacción constante, clara, oportuna y efectiva, tanto con los miembros del equipo como con las partes interesadas externas. Gracias a esta práctica, se logra prevenir malentendidos, coordinar acciones de manera eficiente y garantizar que todos los involucrados estén alineados con los objetivos y las decisiones que se tomen.

**4.Proactividad:** La empresa demuestra una actitud proactiva al momento de identificar posibles áreas de mejora y anticiparse a los problemas antes de que estos ocurran. Esta capacidad de actuar de manera preventiva permite optimizar recursos, mejorar procesos internos y mantener la continuidad operativa sin interrupciones significativas. La proactividad, además, refleja una visión estratégica que busca el crecimiento y la mejora continua.

**5.Trabajo en equipo:** El ambiente laboral se caracteriza por fomentar la cooperación entre los colaboradores. Se promueve el intercambio de ideas, la participación activa y la construcción de soluciones conjuntas que fortalezcan el desempeño organizacional. Este enfoque en el trabajo colaborativo no solo mejora los resultados, sino que también genera un sentido de pertenencia, motivación y compromiso dentro del grupo humano que conforma la empresa.

**6.Adaptabilidad:** La capacidad de adaptarse frente a los cambios y responder ante imprevistos constituye una fortaleza esencial. La empresa ha demostrado flexibilidad para ajustar sus procesos y estrategias en situaciones inesperadas, asegurando que el servicio continúe brindándose con calidad y eficacia. Esta adaptabilidad resulta clave en un entorno dinámico, ya que permite mantener la competitividad y responder de manera acertada a las exigencias del mercado y de los clientes.

## Áreas de mejora identificadas

**1.Gestión del tiempo:** Es necesario optimizar de manera más efectiva la organización y administración del tiempo con el fin de evitar retrasos innecesarios o la acumulación excesiva de tareas. Una mejor planificación contribuiría a distribuir las actividades de forma equilibrada, lo que facilitaría la entrega puntual de los servicios y, al mismo tiempo, incrementaría la productividad de todo el equipo. De esta manera, se lograría mantener un flujo de trabajo más ordenado y sostenible en el largo plazo.

**2.Mayor autonomía:** Aunque actualmente existe un buen nivel de cumplimiento de las funciones, es importante fortalecer la capacidad de los colaboradores para tomar decisiones sin la necesidad de una supervisión constante. Este aspecto permitiría agilizar procesos, disminuir tiempos de respuesta y demostrar mayor confianza en el criterio individual de cada miembro del equipo. El desarrollo de una autonomía más sólida también contribuye a la formación de líderes internos capaces de asumir responsabilidades estratégicas.

**3.Innovación:** Se identifica la necesidad de fomentar una mayor apertura hacia la innovación, explorando nuevas maneras de mejorar tanto los procesos internos como los resultados obtenidos. Esto podría incluir la implementación de herramientas tecnológicas, la creación de procedimientos más eficientes o la adaptación de tendencias del sector funerario que aporten un valor agregado a los clientes. Innovar no solo significa modernizar, sino también anticiparse a las necesidades futuras y diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo.

**4.Manejo del estrés:** Otro aspecto relevante es el fortalecimiento de la capacidad para gestionar el estrés de forma adecuada. En este tipo de servicios, donde se trabaja constantemente bajo situaciones de alta presión y con la sensibilidad emocional de los clientes, resulta fundamental desarrollar respuestas emocionales equilibradas y efectivas. Mejorar esta habilidad permitirá

afrontar escenarios difíciles con mayor serenidad, garantizando un servicio empático y profesional, incluso en los momentos más complejos.

**5.Profundización técnica:** Aunque se cuenta con experiencia consolidada, resulta conveniente incrementar el nivel de dominio en ciertas herramientas, conocimientos específicos y competencias técnicas propias del rubro. Una mayor profundización en estas áreas no solo elevaría la calidad del servicio prestado, sino que también otorgaría ventajas competitivas frente a otras empresas del sector. Asimismo, permitiría adaptarse con mayor facilidad a los cambios tecnológicos y a las exigencias que impone el mercado actual.

**6.Documentación:** Finalmente, se observa la necesidad de mejorar la documentación de los procesos que se llevan a cabo dentro de la funeraria. Un registro más detallado, claro y completo de las actividades facilitaría la estandarización del trabajo, reduciría los márgenes de error y serviría como guía para la capacitación de nuevos colaboradores. Además, contar con procesos debidamente documentados incrementa la transparencia, asegura la continuidad operativa y fortalece el control administrativo.

## **Recomendaciones**

**Gestión del tiempo:** Es fundamental implementar mecanismos que permitan organizar de manera más eficiente las actividades diarias y semanales. Para ello, se recomienda establecer agendas y calendarios semanales en los que se prioricen las tareas de acuerdo con su nivel de urgencia e importancia. Asimismo, resulta de gran utilidad incorporar herramientas digitales de planificación y seguimiento de actividades, las cuales permiten controlar el progreso de cada tarea y evitar retrasos. Del mismo modo, se sugiere capacitar al personal en técnicas reconocidas de productividad, como la matriz de Eisenhower, que ayuda a diferenciar entre lo importante y lo urgente, o la técnica Pomodoro, que fomenta la concentración a través de intervalos de trabajo y

descanso. Con estas acciones, se logrará una mayor eficiencia en el uso del tiempo y una reducción considerable en la acumulación de pendientes.

**Mayor autonomía:** Para fortalecer la capacidad de acción independiente del personal, es recomendable definir protocolos y procedimientos claros que sirvan de guía en la toma de decisiones. De esta manera, se garantiza que los colaboradores puedan desenvolverse con mayor seguridad al enfrentarse a situaciones que requieren respuestas inmediatas. A su vez, resulta esencial fomentar la confianza en el criterio de los trabajadores mediante programas de capacitación orientados a la resolución de problemas y al fortalecimiento del pensamiento crítico. Igualmente, se propone la promoción de un liderazgo situacional que permita identificar en qué momentos los colaboradores pueden asumir mayor independencia operativa, potenciando así su capacidad para actuar con responsabilidad y eficacia sin necesidad de una supervisión constante.

**Innovación:** La innovación debe convertirse en algo fundamental. Para ello, se recomienda crear espacios formales que faciliten la propuesta de nuevas ideas y mejoras, tales como reuniones periódicas o un buzón de sugerencias en el que los colaboradores puedan expresar de manera libre sus aportaciones.

**Manejo del estrés:** Dado que el trabajo formal puede implicar momentos de alta presión, se recomienda implementar talleres orientados al manejo del estrés y al fortalecimiento de habilidades socioemocionales. Asimismo, la aplicación de técnicas de relajación y control de emociones puede resultar de gran utilidad para mantener el equilibrio personal en la jornada laboral. Otro aspecto clave es fomentar un ambiente de apoyo mutuo entre compañeros, estableciendo canales de comunicación que faciliten la distribución adecuada de cargas de trabajo y reduzcan la sensación de sobrecarga individual.

**Profundización técnica:** El perfeccionamiento constante de las competencias técnicas es un aspecto vital para la excelencia en el trabajo formal. En este sentido, se recomienda desarrollar un plan de capacitación continua que abarque tanto herramientas y procesos internos como habilidades de atención al cliente. Es igualmente importante incentivar la actualización permanente en normativas y procedimientos propios del sector, de manera que el personal se mantenga al día frente a los cambios regulatorios o tecnológicos. A largo plazo, resulta valioso promover la obtención de certificaciones o la participación en cursos especializados, ya que estas instancias no solo elevan la eficiencia y calidad del trabajo, sino que también fortalecen la reputación institucional.

**Documentación:** Por último, se recomienda consolidar un sistema de documentación sólido y bien estructurado. Esto incluye la elaboración de manuales de procedimientos y protocolos estandarizados para cada actividad realizada dentro de la organización. Asimismo, es indispensable mantener registros claros, completos y actualizados de todas las operaciones llevadas a cabo, lo que contribuye a la transparencia y al control interno. La documentación, además, debe ser utilizada como una herramienta estratégica para la capacitación de nuevos colaboradores, la realización de auditorías internas y la mejora continua de los procesos. Con ello, no solo se asegura la estandarización del trabajo, sino también la eficiencia en la transmisión de conocimientos y la continuidad operativa.

## **ADMINISTRACION**

### **Puntos positivos**

En el área administrativa, la empresa La Funeraria Nueva Guadalupe presenta diversos aspectos que fortalecen su posicionamiento en el mercado y que representan ventajas competitivas frente a otras entidades del sector.

En primer lugar, se destaca la preferencia y recomendación constante de los clientes, quienes reconocen el buen trabajo que la empresa brinda en la prestación de sus servicios. Esta confianza depositada por la comunidad constituye uno de los principales activos de la organización, ya que no solo garantiza la fidelización de los usuarios actuales, sino que también favorece la atracción de nuevos clientes a través del denominado “boca a boca”, una de las formas de publicidad más efectivas en el ámbito de servicios funerarios.

De igual manera, la empresa cuenta con una trayectoria de más de veinte años de experiencia en el rubro. Este factor no solo aporta solidez y estabilidad institucional, sino que también refuerza la credibilidad de la funeraria ante sus clientes y la comunidad en general. La permanencia en el mercado durante dos décadas evidencia la capacidad de adaptación de la organización frente a los cambios sociales, económicos y culturales, además de demostrar un conocimiento profundo de las necesidades y expectativas de las familias a las que brinda apoyo.

Otro de los aspectos positivos a resaltar es que La Funeraria Nueva Guadalupe se encuentra legalmente inscrita y opera bajo las normativas vigentes. Este cumplimiento normativo representa una garantía tanto para los clientes como para las autoridades competentes, asegurando que los servicios ofrecidos se desarrollen dentro de un marco legal, transparente y ético. Al estar debidamente constituida, la funeraria no solo respalda la confianza de quienes recurren a sus servicios, sino que también proyecta una imagen de formalidad y responsabilidad empresarial.

### **Áreas de mejora**

En el área administrativa también se han identificado algunos aspectos que requieren atención y fortalecimiento con el fin de optimizar el desempeño de la empresa y garantizar un funcionamiento más eficiente en el mediano y largo plazo.

En primer lugar, se observa que la funeraria no cuenta con manuales de procesos internos documentados. Esta carencia representa una limitación importante, ya que los manuales constituyen una guía formal que permite estandarizar las actividades, reducir errores y facilitar la capacitación de nuevos colaboradores. La ausencia de este tipo de documentos puede generar que las tareas se realicen de manera distinta según la persona que las ejecute, lo cual afecta la uniformidad y calidad del servicio. Además, los manuales son una herramienta clave para auditorías internas, control de calidad y mejora continua, por lo que su implementación se vuelve prioritaria.

En segundo lugar, se identifica la falta de digitalización de documentos administrativos, lo que refleja un proceso aún dependiente de registros físicos. Este aspecto implica mayores riesgos de pérdida de información, dificultades para la búsqueda de datos y una gestión más lenta en comparación con sistemas digitales. La digitalización no solo permite almacenar de manera más segura y organizada la información, sino que también agiliza la toma de decisiones, facilita el acceso a datos históricos y contribuye a la modernización de la empresa.

Se recomienda en primer lugar la elaboración de manuales de procedimientos que documenten de manera clara y detallada cada una de las funciones administrativas. Esta documentación debe estar acompañada de procesos estandarizados que garanticen uniformidad en la operación y eviten errores recurrentes. A la par, se sugiere implementar programas de capacitación para el personal, con el fin de asegurar la comprensión y la correcta aplicación de dichos manuales en la práctica cotidiana.

Asimismo, resulta indispensable avanzar hacia la digitalización de los documentos administrativos. Para ello, se recomienda la implementación de un sistema de gestión documental que permita centralizar el almacenamiento y facilitar el acceso a los archivos. Dicho sistema debe

complementarse con el escaneo y la catalogación de documentos relevantes como contratos, facturas y registros internos, lo cual no solo optimiza el control, sino que también fortalece la transparencia en la gestión.

En cuanto a la optimización de la gestión administrativa, es necesario llevar a cabo revisiones periódicas de los procesos con el propósito de identificar redundancias e ineficiencias que puedan corregirse. De igual manera, se recomienda integrar herramientas digitales que apoyen en el seguimiento de tareas, la elaboración de reportes y el control interno, lo cual permitirá una mayor productividad. A esto debe sumarse la actualización constante del personal, principalmente en el manejo de nuevas tecnologías y en el conocimiento de normativas vigentes, con el objetivo de mantener altos estándares de desempeño.

Finalmente, se sugiere fortalecer los mecanismos de control interno a través de la definición clara de roles y responsabilidades, evitando duplicidades o vacíos en la gestión. Del mismo modo, se recomienda establecer indicadores de desempeño que permitan evaluar la eficiencia de los procesos administrativos y tomar decisiones con base en evidencia objetiva. Como complemento, la implementación de auditorías internas periódicas servirá para verificar el cumplimiento de normativas, procedimientos y políticas, lo que contribuirá a consolidar una administración más sólida, eficiente y confiable.

## **OPERACIONES**

### **Puntos positivos**

En el área de operaciones se identifican diversos aspectos que constituyen fortalezas importantes para el funcionamiento de La Funeraria Nueva Guadalupe.

**1.Cumplimiento legal y normativo:** La empresa posee todos los permisos y autorizaciones requeridos para operar de manera formal, entre los que se incluyen los otorgados

por el Ministerio de Salud y la alcaldía municipal. Este cumplimiento no solo garantiza la legalidad del servicio, sino que también genera confianza en los clientes, al saber que están contratando a una entidad que cumple con la normativa vigente y que actúa dentro de los marcos legales establecidos.

**2.Disponibilidad de equipos esenciales:** La funeraria cuenta con los recursos materiales indispensables para la prestación de sus servicios, tales como **carrozas fúnebres, urnas, ataúdes y materiales de cafetería**. Estos elementos permiten brindar una atención integral y adecuada a las familias en momentos de necesidad, garantizando que no existan limitaciones en la cobertura de los servicios ofrecidos. La disponibilidad de estos recursos refleja planificación, inversión y capacidad de respuesta ante la demanda del mercado.

**3.Experiencia operativa consolidada:** Con más de 20 años de experiencia en el rubro funerario, la empresa demuestra un conocimiento profundo de los procesos, protocolos y particularidades del sector. Esta trayectoria constituye un respaldo de gran valor, ya que aporta seguridad a los clientes y fortalece la imagen de la organización como un proveedor confiable y con amplia trayectoria. Además, la experiencia adquirida a lo largo de los años permite resolver con mayor eficacia las situaciones imprevistas que puedan presentarse en el servicio.

**4.Disponibilidad y atención permanente:** Otro de los aspectos positivos más relevantes es la atención las 24 horas, los 7 días de la semana, lo que evidencia un alto nivel de compromiso con los clientes. Este servicio continuo asegura que las familias puedan contar con apoyo inmediato en cualquier momento, aspecto esencial en el ámbito funerario donde la inmediatez es una necesidad prioritaria. La disponibilidad permanente también refleja organización, coordinación y un alto sentido de responsabilidad hacia la comunidad.

## Áreas de mejora

Dentro del análisis realizado en la empresa, se han identificado diversas áreas que requieren atención prioritaria para fortalecer su funcionamiento y asegurar un desarrollo más sólido en el futuro. La primera de estas áreas corresponde a la falta de documentación formal de los procesos internos. Actualmente, muchas de las actividades operativas y administrativas se ejecutan de manera empírica, basándose en la experiencia acumulada del personal, pero sin contar con registros oficiales que respalden o estandaricen dichas tareas. Esta carencia dificulta la transmisión de conocimientos a nuevos colaboradores y limita la posibilidad de establecer una base sólida de referencia que garantice uniformidad en la forma de trabajar.

De igual manera, se ha detectado que la organización no cuenta con un plan estratégico ni con manuales operativos que orienten la gestión hacia objetivos definidos a corto, mediano y largo plazo. La ausencia de estos instrumentos impide que la empresa trace un rumbo claro, defina prioridades y establezca mecanismos de evaluación del cumplimiento de sus metas. Un plan estratégico no solo serviría como hoja de ruta para guiar las decisiones, sino que también permitiría anticipar cambios en el entorno, prepararse ante contingencias y consolidar una visión compartida entre todos los colaboradores.

Otro aspecto importante identificado es que gran parte de la operación continúa siendo manual, sin la integración de herramientas tecnológicas o digitales que puedan optimizar los procesos internos. Este modelo de trabajo tradicional ralentiza el desarrollo de las actividades, aumenta la posibilidad de errores humanos y reduce la eficiencia global de la empresa. En un entorno empresarial cada vez más competitivo y digitalizado, la falta de innovación tecnológica coloca a la organización en una situación de desventaja frente a competidores que ya han adoptado soluciones modernas para gestionar sus operaciones de forma más ágil y precisa.

Se observa que no existen protocolos de calidad formalmente documentados, lo cual representa un área de mejora significativa. La calidad del servicio es uno de los factores más importantes en una empresa funeraria, pues está directamente vinculada con la confianza, la sensibilidad y la satisfacción de los clientes en momentos críticos. Sin embargo, al no contar con lineamientos estandarizados que garanticen un nivel uniforme de atención, se corre el riesgo de que el servicio varíe según la persona o el contexto en el que se preste. Esto no solo puede afectar la percepción de los usuarios, sino que también limita la posibilidad de implementar sistemas de mejora continua que fortalezcan la reputación y competitividad de la empresa.

### **Recomendaciones**

Se recomienda iniciar con la documentación formal de los procesos internos, elaborando manuales operativos que describan de manera detallada y paso a paso cada procedimiento relacionado con la prestación de los servicios funerarios. Esto permitirá que todas las actividades se realicen de manera estandarizada, evitando inconsistencias y facilitando la capacitación de nuevos colaboradores. Asimismo, es fundamental establecer flujos de trabajo claros que aseguren la consistencia y eficiencia en la operación diaria, al mismo tiempo que se garantice que cada tarea se ejecute conforme a los lineamientos institucionales. La capacitación del personal en el uso de esta documentación será clave, asegurando que comprendan los procedimientos, los implementen correctamente y realicen las actualizaciones necesarias de manera periódica.

Adicionalmente, resulta imprescindible el desarrollo de un plan estratégico y de manuales operativos que definan objetivos, metas y métricas específicas para el área de operaciones. Este plan estratégico debe servir como guía para organizar, planificar y evaluar todas las actividades operativas, estableciendo indicadores de desempeño claros que permitan medir el cumplimiento de las metas y la eficiencia de los procesos. Paralelamente, se recomienda crear manuales y guías

operativas que incluyan protocolos detallados de atención al cliente, logística de los servicios, manejo de recursos y coordinación interna. La revisión y actualización constante de estos documentos garantizará que reflejen las mejores prácticas, se ajusten a los cambios normativos y respondan a las necesidades cambiantes del mercado.

Por otra parte, la digitalización y el uso de herramientas tecnológicas constituyen un aspecto estratégico que permitirá modernizar la operación y reducir la dependencia de procesos manuales. Se sugiere implementar sistemas digitales que faciliten la gestión de reservas, el seguimiento de servicios y el control de inventario, asegurando un manejo más ágil y eficiente de los recursos. Asimismo, la adopción de herramientas de comunicación interna permitirá registrar de manera ordenada las operaciones, mejorar la coordinación del equipo y optimizar los tiempos de respuesta. Es esencial capacitar al personal en el uso de estas tecnologías para garantizar su correcta implementación y aprovechar al máximo las ventajas que ofrecen.

Finalmente, se recomienda establecer protocolos de calidad documentados que definan estándares claros para cada servicio ofrecido, incluyendo criterios de atención al cliente, preparación de ceremonias y entrega de materiales. Estos protocolos deben registrarse formalmente y difundirse entre todo el personal, asegurando que todos los colaboradores los conozcan y los apliquen de manera consistente. La implementación de evaluaciones periódicas y auditorías internas permitirá verificar el cumplimiento de los estándares, identificar áreas de mejora y fomentar un sistema de mejora continua, lo que contribuirá a consolidar un servicio de excelencia y a mantener la confianza de los clientes.

## MARKETING

### Puntos positivos

#### **Presencia en varias redes sociales: Facebook, Instagram, TikTok y YouTube:**

La Funeraria La Nueva Guadalupe mantiene presencia activa en múltiples plataformas digitales, lo cual le permite llegar a distintos segmentos de su público objetivo. Esta presencia diversificada facilita la difusión de información sobre los servicios funerarios, genera contacto constante con clientes actuales y potenciales, y permite crear contenido que acompañe emocionalmente a las familias en momentos delicados. Tener varias redes activas también aumenta la visibilidad de la empresa y ayuda a fortalecer su posicionamiento en la comunidad.

**Buen posicionamiento local gracias al boca a boca y la recomendación directa:** A pesar de no contar aún con grandes campañas publicitarias, la empresa ha logrado un sólido posicionamiento dentro de su localidad mediante la recomendación directa de clientes satisfechos. Este tipo de marketing relacional es especialmente valioso en el sector funerario, donde la confianza y la credibilidad son determinantes. Las recomendaciones personales permiten atraer nuevos clientes y refuerzan la reputación de la empresa como un proveedor confiable, serio y cercano a las necesidades de las familias.

**Servicio personalizado y humano, lo que genera fidelidad sin necesidad de grandes campañas:** Uno de los mayores activos de la funeraria es la atención personalizada que ofrece a cada cliente. Este enfoque humano permite adaptarse a las necesidades particulares de las familias, brindando acompañamiento emocional y asegurando que cada servicio cumpla con altos estándares de calidad y respeto. La atención empática fortalece la relación con los clientes, fomenta la lealtad y asegura que la empresa sea recomendada, incluso sin depender de estrategias de marketing masivas.

## Áreas de mejora

**No existe un plan de marketing estructurado:** Actualmente, la empresa carece de un plan de marketing formal y organizado que sirva como guía para todas las acciones de promoción y comunicación. Esta ausencia limita la capacidad de establecer objetivos claros, definir estrategias a corto, mediano y largo plazo, y evaluar el impacto de las campañas realizadas. Un plan estructurado permitiría coordinar esfuerzos, asignar recursos de manera eficiente y garantizar que todas las acciones de marketing estén alineadas con la visión y los objetivos estratégicos de la funeraria.

**Ausencia de una estrategia digital consolidada (no hay pautas pagadas ni calendario de contenido):** Se observa que la presencia digital, aunque activa, no cuenta con un enfoque estratégico consolidado. La falta de pautas pagadas limita el alcance de las publicaciones y reduce la posibilidad de atraer a nuevos clientes que buscan servicios funerarios a través de plataformas digitales. Asimismo, la ausencia de un calendario de contenido dificulta la planificación y consistencia en la comunicación, lo que puede afectar la visibilidad y el posicionamiento de la marca en redes sociales y otros canales online.

**No se utilizan herramientas como email marketing, ni se recopila información del cliente para estrategias futuras:** Actualmente, la empresa no aprovecha herramientas de marketing digital avanzadas, como el email marketing, ni realiza un registro sistemático de la información de sus clientes. Esto limita la capacidad de crear campañas personalizadas, mantener contacto constante con los clientes y fidelizar a largo plazo. La recopilación de datos sobre preferencias, historial de servicios y necesidades de los usuarios permitiría diseñar estrategias más efectivas, optimizar la comunicación y generar un mayor impacto en términos de satisfacción y lealtad del cliente.

## Recomendaciones

**Elaboración de un plan de marketing estructurado:** Este plan debe ser integral y contemplar objetivos claros, estrategias definidas, tácticas específicas y métricas de seguimiento que permitan evaluar la efectividad de cada acción. Además, es fundamental identificar y delimitar de manera precisa los segmentos de público objetivo, seleccionar los canales de comunicación más adecuados para cada grupo y definir estrategias de posicionamiento que refuercen la presencia de la marca en el mercado local. La revisión y actualización periódica del plan permitirá que se adapte de manera constante a los cambios en el mercado, a las tendencias digitales y a las necesidades específicas de los clientes, garantizando así su relevancia y efectividad.

**La consolidación de la estrategia digital,** la cual debe incluir la creación de un calendario de contenido mensual y semanal para todas las redes sociales en las que la empresa tiene presencia. Esto asegura consistencia, planificación y variedad en las publicaciones, permitiendo mantener una comunicación constante con los clientes y reforzar la identidad de la marca. La implementación de pautas pagadas segmentadas en plataformas como Facebook, Instagram, TikTok y YouTube ayudará a aumentar el alcance, mejorar la visibilidad y atraer a nuevos clientes potenciales. Asimismo, la generación de contenido variado —educativo, emocional y promocional— permitirá fortalecer la fidelización, transmitir los valores de la empresa y acompañar de manera empática a las familias en momentos difíciles.

**Implementación de herramientas de marketing y la recopilación de datos** para optimizar la gestión y los resultados de las campañas. Integrar estrategias de email marketing permitirá mantener una comunicación directa y constante con clientes actuales y potenciales, fortaleciendo la relación con ellos. Además, recopilar información relevante sobre los clientes,

como contactos, preferencias y historial de servicios, posibilitará segmentar campañas, ofrecer promociones personalizadas y diseñar estrategias más efectivas.

| Acción  | Área de Marketing           | Responsable                            | Indicador  | Fechas                          |
|---|-----------------------------|--|--|---------------------------------|
| Campanñas en redes sociales en fechas conmemorativas (Día del Padre, Madre, Difuntos, etc.)   | Marketing digital           | Community manager o encargado de redes | Alcance de publicaciones y aumento del 20% en seguidores           | Mayo 2026 – diciembre 2026      |
| Repartición de volantes informativos en días clave (Día de los Difuntos, Día de la Madre/Padre) con promociones o mensajes de apoyo | Marketing tradicional (BTL) | Equipo de marketing / colaboradores    | 250 volantes repartidos por evento                                 | mayo 2025 – nov 2025            |
| Digitalizar los expedientes   | Administración              | Encargado administrativo               | El porcentaje de expediente digitalizado                           | Octubre 2025- Diciembre 2025    |
| Implementar facturación electrónica para cumplir normativa y acelerar procesos  | Operación                   | Encargado de sistemas y administración | % de facturas emitidas electrónicamente                            | Septiembre 2025- Diciembre 2025 |
| Capacitación al personal en uso de sistemas digitales (facturación y gestión de servicios)  | Operación                   | Jefe/ Dueño                            | Numero de empleados capacitados y nivel de dominio alcanzado       | Octubre 2025- Noviembre 2025    |
| Diseñar catálogo físico y digital de productos funerarios   | PRODUCTO                    | Gerencia                               | Catálogo disponible para clientes en 2 formatos (físico y digital) | OCTUBRE 2025- NOVIEMBRE 2025    |

**PLAN ESTRATEGICO: CORTO PLAZO**

**MEDIANO PLAZO**

| <b>Acción</b>   | <b>Área de Marketing</b> | <b>Responsable</b>             | <b>Indicador</b>   | <b>Fechas</b>              |
|---|--------------------------|--------------------------------|--|----------------------------|
| Patrocinio de uniformes para equipos de fútbol comunitarios       | Marketing comunitario    | Gerencia administrativa        | Reconocimiento de marca en al menos 3 comunidades                            | jul 2025 – dic 2026        |
| Participación en ferias o eventos municipales                     | Marketing relacional     | Responsable de alianzas        | Número de eventos apoyados al año  | ene 2026 – dic 2026        |
| Elaboración de manuales   | Administrativo           | Gerente                        | Manuales aprobados y en uso  | Enero 2026-mayo 2026       |
| Digitalización de registros de clientes y servicios               | Operación                | Encargado de archivo y sistema | % de expedientes digitalizados respecto al total                             | Enero 2026-Junio 2026      |
| Implementar un sistema de control de inventarios                  | Operación                | Jefe de logística              | Nivel de exactitud del inventario (% de coincidencia entre sistema y físico) | Julio 2026- Octubre 2026   |
| Establecer convenios con floristerías y músicos para complementar | Producto                 | Gerente                        | Convenios por lo mínimos 1 año   | Febrero de 2026-enero 2027 |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| servicios, o mejorar los servicios que presta la funeraria |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|

## LARGO PLAZO

| Acción  | Área de Marketing       | Responsable   | Indicador                                    | Fechas                       |
|---|-------------------------|---------------|--|------------------------------|
| Alianzas con alcaldías para brindar servicios sociales (apoyo a familias de escasos recursos) | Marketing institucional | Gerente/Dueño | Convenios firmados y cobertura social        | 2027 – 2029                  |
| Implementar administración digitalizada y adquirir un software                                | Administración          | Gerente       | Reportes mensuales generados automáticamente | Enero 2027- 2028             |
| Renovar la flota de automóviles de la funeraria mediante leasing, con pagos                   | Operación               | Gerente/Dueño | -% de vehículos nuevos en la flota           | Septiembre 2025- Agosto 2028 |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| mensuales deducibles de impuestos y menor gasto en reparaciones |  |  | -Cumplimiento de pagos de leasing sin mora<br>- Reducción en costos de mantenimiento anual |  |
|---|--|--|--|--|

### PRESUPUESTO DE PLAN ESTRATEGICO

| CORTO | MEDIANO | LARGO |
|-------|---------|-------|
|-------|---------|-------|

|  |   |            |
|--|---|------------|
|  | Campañas en redes sociales en fechas conmemorativas (Día del Padre, Madre, Difuntos, etc.)  | \$150.00   |
|  | Repartición de volantes informativos en días clave (Día de los Difuntos, Día de la Madre/Padre) con promociones o mensajes de apoyo | \$185.00   |
|  | Digitalizar los expedientes   | \$400.00   |
|  | Implementar facturación electrónica para cumplir normativa y acelerar procesos  | \$2,500.00 |
|  | Capacitación al personal en uso de sistemas digitales (facturación y gestión de servicios)  | \$0.00     |
|  | Diseñar catálogo físico y digital de productos funerarios   | \$500.00   |

|  |   |                    |
|--|---|--------------------|
|  | Patrocinio de uniformes para equipos de fútbol comunitarios   | \$360.00           |
|  | Participación en ferias o eventos municipales   | \$400.00           |
|  | Elaboración de manuales   | \$3,000.00         |
|  | Digitalización de registros de clientes y servicios   | \$3,000.00         |
|  | Implementar un sistema de control de inventarios  | \$0.00             |
|  | Establecer convenios con floristerías y músicos para complementar servicios, o mejorar los servicios que presta la funeraria                | \$1,500.00         |
|  | Alianzas con alcaldías para brindar servicios sociales (apoyo a familias de escasos recursos)   | \$0.00             |
|  | Renovar la flota de automóviles de la funeraria mediante leasing, con pagos mensuales deducibles de impuestos y menor gasto en reparaciones | \$28,800.00        |
|  | <b>TOTAL</b>  | <b>\$40.795.00</b> |

**RETORNO DE INVENTARIO (ROI)****RETORNO DE INVENTARIO**

$$ROI = \frac{\text{UTILIDAD NETA} - \text{INVERSION}}{\text{UTILIDAD NETA}}$$

$$ROI = \frac{78,016.2 - 40,795}{78,016.20} \times 100$$

$$ROI = 0.477 \times 100$$

$$ROI = 47.70\%$$

## CONCLUSIONES GENERALES

La Funeraria La Nueva Guadalupe, con más de dos décadas de experiencia en San Miguel, se ha consolidado como una empresa con fuerte arraigo local, caracterizada por su trato humano y empático hacia las familias. Sin embargo, el análisis realizado demuestra que, para sostener su competitividad en un mercado en constante transformación, debe adoptar cambios estratégicos de manera urgente.

En primer lugar, la ausencia de un plan estratégico formal y de herramientas de gestión administrativa modernas representa una debilidad que limita el crecimiento ordenado y sostenible de la funeraria. Si bien su enfoque empírico le ha permitido mantenerse operativa, la falta de planificación dificulta la innovación, la eficiencia y la anticipación frente a los retos del mercado. En segundo lugar, la digitalización se convierte en un aspecto crítico. La empresa carece de un sistema digital de ventas, facturación y mercadeo, lo cual le resta competitividad frente a competidores que ya incorporan plataformas tecnológicas y mayor presencia en línea. La implementación de herramientas digitales no solo optimizaría la administración interna, sino que también mejoraría la experiencia del cliente.

En tercer lugar, el análisis de la industria muestra que la personalización, los servicios ecológicos y los planes previsionales son tendencias que transformarán el sector funerario en los próximos años. La Nueva Guadalupe debe adaptarse a estas demandas ofreciendo opciones innovadoras y sostenibles que amplíen su portafolio y fortalezcan su propuesta de valor. Asimismo, la evaluación financiera confirma que los paquetes de mayor demanda (categoría A) son los que sostienen la rentabilidad de la empresa, por lo que se recomienda consolidar dicha línea de servicios y, en paralelo, potenciar los paquetes de categoría B como una estrategia de

diversificación. La categoría C debe ser revisada críticamente para definir su permanencia o rediseño.

Finalmente, se concluye que la empresa cuenta con fortalezas importantes, como su prestigio, experiencia y trato cercano con los clientes; no obstante, si no implementa mejoras en infraestructura, digitalización y planificación estratégica, corre el riesgo de perder competitividad frente a empresas con mayor capacidad de innovación.

## **Bibliografía**

Asamblea Legislativa de El Salvador. (2020). *Código de Salud*. San Salvador: Asamblea Legislativa.

Asamblea Legislativa de El Salvador. (2021). *Código Tributario*. San Salvador: Asamblea Legislativa.

Ministerio de Salud de El Salvador. (2019). *Normativa técnica para establecimientos funerarios y de servicios conexos*. San Salvador: MINSAL.

Ministerio de Hacienda de El Salvador. (2022). *Guía de cumplimiento tributario para micro y pequeñas empresas*. San Salvador: MH.

Alcaldía Municipal de San Miguel. (2021). *Reglamento de funcionamiento de servicios funerarios y cementerios municipales*. San Miguel: AMSM.

Superintendencia de Obligaciones Mercantiles. (2020). *Requisitos para la inscripción de empresas funerarias en El Salvador*. San Salvador: SOM.

Dirección General de Estadística y Censos – DIGESTYC. (2021). *Anuario Estadístico de El Salvador*. San Salvador: Ministerio de Economía.

Flores, J. (2021). *Panorama del sector funerario en El Salvador: desafíos y tendencias*. Revista Universitaria de Ciencias Económicas, Universidad de El Salvador.

Asociación de Funerarias de El Salvador – AFUNES. (2022). *Informe sobre servicios funerarios y tendencias en El Salvador*. San Salvador: AFUNES.

Banco Central de Reserva de El Salvador – BCR. (2022). *Informe de la economía salvadoreña*. San Salvador: BCR.

Ministerio de Economía de El Salvador. (2021). *Guía para emprendedores y microempresarios*. San Salvador: MINEC.

Consejo Superior de Salud Pública de El Salvador. (2020). *Lineamientos para la operación de establecimientos funerarios*. San Salvador: CSSP.

Instituto Salvadoreño del Seguro Social – ISSS. (2021). *Normativa de servicios médicos y funerarios vinculados a afiliados*. San Salvador: ISSS.

Organización Panamericana de la Salud – OPS El Salvador. (2020). *Informe sobre salud pública y servicios funerarios en contextos de pandemia*. San Salvador: OPS.

Revista Derecho y Sociedad, Universidad de El Salvador. (2022). *Aspectos legales del funcionamiento de funerarias en El Salvador*. San Salvador: UES.

Cámara de Comercio e Industria de El Salvador. (2021). *Retos de la micro y pequeña empresa salvadoreña*. San Salvador: CCIES.

Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa – CONAMYPE. (2020). *Manual para la gestión de microempresas familiares*. San Salvador: CONAMYPE.

Ministerio de Turismo de El Salvador. (2020). *Informe sobre cultura y tradiciones salvadoreñas en actos conmemorativos*. San Salvador: MITUR.

Universidad de El Salvador. Facultad de Ciencias Económicas. (2019). *Estrategias de marketing digital en microempresas salvadoreñas*. San Salvador: UES.

Corte Suprema de Justicia de El Salvador. (2020). *Registro de Empresas y Cumplimiento Mercantil en El Salvador*. San Salvador: CSJ.

# ANEXOS

**MANUAL DE PUESTOS**



**F U N E R A R I A**  
**LA NUEVA GUADALUPE**

**RECORDANDO HISTORIAS. APRECIANDO MEMORIAS**

San Miguel, El Salvador, Año 2025

## Gerente General

### Propósito del Puesto

Dirigir, coordinar y supervisar todas las áreas de la funeraria, garantizando la eficiencia administrativa, operativa y financiera, así como la calidad del servicio brindado a los clientes.

### Funciones Principales

- Definir y supervisar el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la funeraria.
- Representar legalmente a la empresa ante clientes, proveedores e instituciones.
- Gestionar los recursos financieros, humanos y materiales.
- Supervisar las áreas operativas, administrativas y comerciales.
- Tomar decisiones sobre contratación y despido de personal.
- Revisar y aprobar presupuestos, balances y reportes financieros.
- Impulsar programas de innovación y mejora continua.

### Responsabilidades

- Cumplimiento de la misión y visión de la funeraria.
- Liderazgo estratégico de todas las áreas.
- Logro de metas de crecimiento y rentabilidad.
- Mantenimiento de relaciones institucionales y comerciales.

### Perfil del Puesto

- Formación académica: Licenciatura en Administración de Empresas o afín.
- Experiencia: 5 años en puestos gerenciales, preferiblemente en servicios o funerarias.
- Conocimientos: Gestión empresarial, legislación laboral y comercial, finanzas.
- Habilidades: Liderazgo, comunicación, negociación, pensamiento estratégico.
- Competencias: Ética, responsabilidad, capacidad de decisión, innovación.

### Condiciones del Puesto

- Horario: Tiempo completo, disponibilidad de atención 24/7 en emergencias.
- Lugar de trabajo: Oficina central.
- Contrato: Permanente.
- Herramientas: Oficina administrativa, equipo de cómputo, teléfono móvil.

## **Gerente de Marketing / Gerente de Marca**

### Propósito del Puesto

Planificar, coordinar y ejecutar estrategias de marketing y comunicación para posicionar la funeraria en el mercado, fortaleciendo la imagen institucional y atrayendo clientes mediante campañas efectivas y éticas.

### Funciones Principales

- Diseñar y ejecutar planes de marketing y comunicación.
- Desarrollar estrategias de posicionamiento de marca.
- Gestionar campañas publicitarias en medios tradicionales y digitales.
- Administrar redes sociales y canales digitales de la funeraria.
- Coordinar eventos especiales y actividades de promoción.
- Realizar estudios de mercado y análisis de la competencia.
- Diseñar materiales gráficos e informativos.
- Monitorear y evaluar la efectividad de las campañas.
- Coordinar con el área de ventas y administración para alinear estrategias.

### Responsabilidades

- Fortalecimiento de la marca y reputación institucional.
- Cumplimiento de objetivos de marketing y comunicación.
- Generación de prospectos de clientes a través de campañas.
- Manejo adecuado de la imagen institucional.

### Perfil del Puesto

- Formación académica: Licenciatura en Marketing, Comunicación o afín.
- Experiencia: 3 años en puestos de marketing o gestión de marca.
- Conocimientos: Publicidad, comunicación digital, diseño gráfico básico, análisis de mercado.
- Habilidades: Creatividad, liderazgo, comunicación, organización.
- Competencias: Ética, innovación, empatía, trabajo en equipo.

### Condiciones del Puesto

- Horario: Tiempo completo, disponibilidad en fines de semana según actividades.
- Lugar de trabajo: Oficina central y actividades externas.
- Contrato: Permanente.
- Herramientas: Computadora, software de diseño, redes sociales, material publicitario.

## Asesor de ventas de servicios funerarios

### Propósito del Puesto

Promocionar y vender los servicios funerarios, brindando atención personalizada a las familias y asegurando que reciban información clara y apoyo en la toma de decisiones.

### Funciones Principales

- Atender y asesorar a los clientes en la elección de servicios funerarios.
- Promocionar paquetes y planes previsionales.
- Elaborar cotizaciones y contratos de servicio.
- Dar seguimiento a clientes potenciales y actuales.
- Coordinar con el área operativa la prestación del servicio.
- Mantener actualizado el registro de ventas.
- Participar en campañas de marketing y publicidad.

### Responsabilidades

- Cumplimiento de metas de ventas.
- Calidad en la atención al cliente.
- Manejo adecuado de información confidencial.

### Perfil del Puesto

- Formación académica: Bachillerato mínimo, deseables estudios en Mercadeo o Administración.
- Experiencia: 2 años en ventas de servicios.
- Conocimientos: Técnicas de ventas, atención al cliente, manejo de objeciones.
- Habilidades: Comunicación, empatía, negociación, orientación al cliente.
- Competencias: Ética, proactividad, respeto, compromiso.

### Condiciones del Puesto

- Horario: Tiempo completo, disponibilidad en fines de semana.
- Lugar de trabajo: Oficina central y campo (visitas).
- Contrato: Permanente o por metas.
- Herramientas: Computadora, teléfono, material publicitario.

## **Tanatopractor / Embalsamador**

### Propósito del Puesto

Preparar y preservar el cuerpo del fallecido mediante técnicas de tanatopraxia, asegurando una presentación digna y respetuosa para el velatorio.

### Funciones Principales

- Realizar procesos de embalsamamiento y conservación.
- Aplicar técnicas de maquillaje y restauración facial.
- Vestir y preparar al fallecido para el velatorio.
- Cumplir con protocolos sanitarios y de bioseguridad.
- Mantener el área de trabajo en condiciones higiénicas.
- Registrar procedimientos realizados en cada servicio.

### Responsabilidades

- Cumplimiento de protocolos sanitarios.
- Presentación digna y adecuada de los cuerpos.
- Confidencialidad y respeto en el manejo de fallecidos.

### Perfil del Puesto

- Formación académica: Técnico en Tanatopraxia o cursos especializados.
- Experiencia: 2 años en embalsamamiento y maquillaje mortuario.
- Conocimientos: Bioseguridad, anatomía, técnicas de conservación.
- Habilidades: Detalle, precisión, manejo de situaciones sensibles.
- Competencias: Respeto, ética, sensibilidad, profesionalismo.

### Condiciones del Puesto

- Horario: Según demanda del servicio, disponibilidad inmediata.
- Lugar de trabajo: Sala de preparación.
- Contrato: Permanente o por servicio.
- Herramientas: Equipo de tanatopraxia, insumos de bioseguridad.

## **Chofer de carro fúnebre**

### Propósito del Puesto

Conducir el vehículo fúnebre garantizando un traslado digno, seguro y puntual del fallecido hacia su destino final.

### Funciones Principales

- Conducir el carro fúnebre en traslados programados.
- Coordinar rutas con el coordinador de servicios.
- Mantener el vehículo limpio y en condiciones óptimas.
- Cumplir normas de tránsito y protocolos funerarios.
- Apoyar en la colocación del ataúd dentro del vehículo.

### Responsabilidades

- Puntualidad en los servicios.
- Cuidado y mantenimiento del vehículo.
- Respeto hacia clientes y familiares.

### Perfil del Puesto

- Formación académica: Bachillerato mínimo.
- Experiencia: 2 años en conducción profesional.
- Licencia: Vigente (tipo según reglamento nacional).
- Conocimientos: Mecánica básica, rutas locales.
- Habilidades: Puntualidad, responsabilidad, autocontrol.
- Competencias: Respeto, discreción, empatía.

### Condiciones del Puesto

- Horario: Según programación de servicios, incluye fines de semana.
- Lugar de trabajo: Oficina central y rutas externas.
- Contrato: Tiempo completo.
- Herramientas: Carro fúnebre, uniforme, radio de comunicación.

Auxiliar de servicios funerarios (apoyo en velaciones e inhumaciones)

### Propósito del Puesto

Brindar apoyo logístico y operativo en velaciones, entierros e inhumaciones, asegurando un servicio ordenado y respetuoso.

### Funciones Principales

- Instalar y organizar mobiliario en velaciones.
- Apoyar en la preparación de ataúdes y materiales.
- Asistir al personal y a las familias durante los servicios.
- Colaborar en la logística de entierros e inhumaciones.

- Mantener orden y limpieza en las instalaciones.

#### Responsabilidades

- Cumplimiento de protocolos de servicio.
- Correcta instalación de mobiliario y materiales.
- Atención respetuosa a clientes y familiares.

#### Perfil del Puesto

- Formación académica: Bachillerato.
- Experiencia: 1 año en puestos de apoyo logístico (deseable).
- Conocimientos: Organización de eventos, normas básicas de seguridad.
- Habilidades: Colaboración, fuerza física, atención al detalle.
- Competencias: Respeto, responsabilidad, empatía.

#### Condiciones del Puesto

- Horario: Según servicios, incluye turnos nocturnos.
- Lugar de trabajo: Velatorios y cementerios.
- Contrato: Temporal o permanente.
- Herramientas: Mobiliario, uniformes, insumos básicos.

### **Servicio de cafetería**

#### Propósito del Puesto

Atender a las familias y visitantes en el área de cafetería durante velaciones, ofreciendo bebidas y alimentos con calidad y respeto.

#### Funciones Principales

- Preparar y servir café, bebidas y bocadillos.
- Mantener limpia y ordenada el área de cafetería.
- Atender con amabilidad a clientes y visitantes.
- Controlar inventario de insumos de cafetería.
- Cumplir normas de higiene y seguridad alimentaria.

#### Responsabilidades

- Calidad en el servicio de cafetería.
- Higiene y orden en el área de trabajo.
- Atención cordial a los clientes.

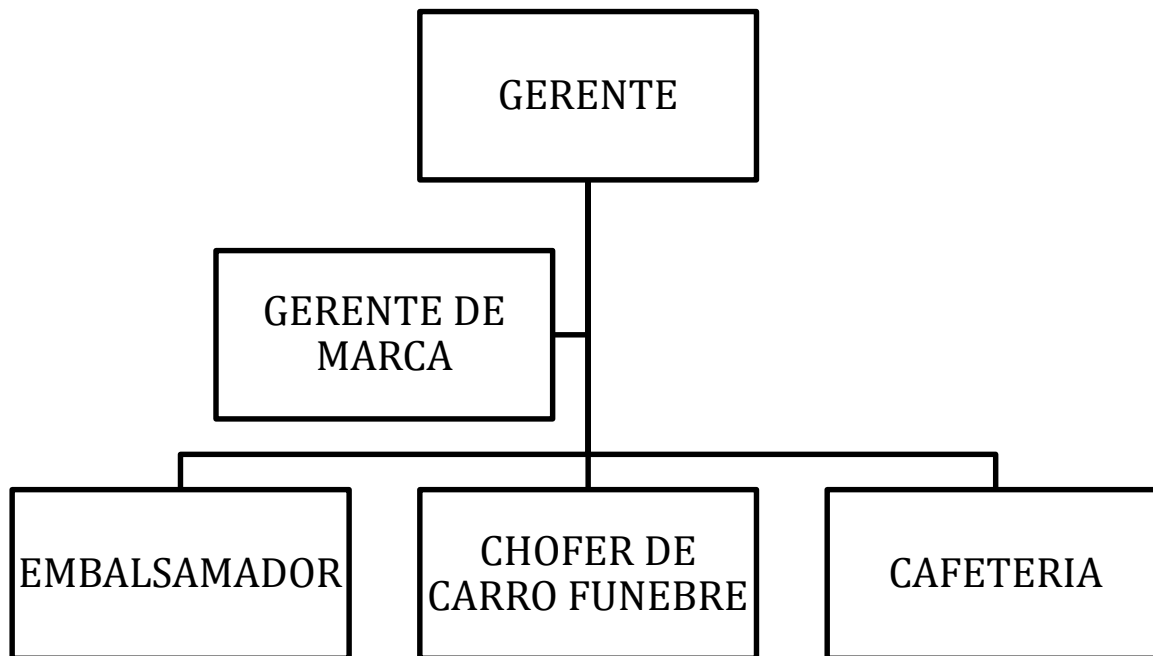
### Perfil del Puesto

- Formación académica: Bachillerato mínimo.
- Experiencia: 1 año en servicio de alimentos y bebidas.
- Conocimientos: Manipulación de alimentos, atención al cliente.
- Habilidades: Trato amable, rapidez, organización.
- Competencias: Respeto, empatía, responsabilidad.

### Condiciones del Puesto

- Horario: Según horarios de velación.
- Lugar de trabajo: Área de cafetería.
- Contrato: Temporal o permanente.
- Herramientas: Utensilios de cafetería, insumos alimenticios.

### ORGANIGRAMA



**MANUAL DE BIENVENIDA PARA COLABORADORES**



San Miguel, El Salvador, Año 2025

## Índice

1. Mensaje de Bienvenida
2. Historia de la Empresa
3. Filosofía Empresarial
  - Misión
  - Visión
  - Propósito
  - Valores
4. Estructura Organizativa
5. Servicios que Ofrece la Empresa
6. Cultura Organizacional
7. Normas Generales de Convivencia
8. Derechos del Colaborador
9. Responsabilidades del Colaborador
10. Políticas de Atención al Cliente
11. Datos de Contacto y Redes Sociales
12. Mensaje Final

## 1. Mensaje de Bienvenida

En **Funeraria La Nueva Guadalupe** le damos la más cordial bienvenida a nuestro equipo. Nos honra contar con su talento, compromiso y disposición para servir con respeto y dignidad a las familias que atraviesan la difícil experiencia de despedir a un ser querido.

Este manual ha sido diseñado para brindarle una guía clara sobre quiénes somos, cómo trabajamos y cuáles son los valores que nos distinguen. Confiamos en que su aporte profesional fortalecerá nuestra misión y contribuirá al crecimiento de la empresa.

## 2. Historia de la Empresa

La **Funeraria La Nueva Guadalupe** fue fundada hace más de **21 años** en San Miguel, El Salvador, consolidándose como una empresa familiar dedicada al rubro de **pompas fúnebres y actividades conexas**. Desde su creación, ha mantenido un firme compromiso con el servicio humano, empático y profesional, brindando apoyo a las familias las **24 horas del día, los 7 días de la semana**.

## 3. Filosofía Empresarial

### Misión

Estar comprometidos en la prestación de servicios fúnebres de calidad, diferentes y adaptados a las necesidades de cada familia de toda la zona oriental de El Salvador.

### Visión

Ser una empresa diferente, innovadora y reconocida, que asegure la satisfacción de cada uno de sus clientes, siendo la mejor opción en los momentos difíciles de la pérdida de un ser querido.

### Propósito

Brindar acompañamiento profesional y humano en los momentos de duelo, a través de un servicio digno, accesible y respetuoso de las creencias y tradiciones familiares.

### Valores

- Servicio
- Responsabilidad
- Compromiso
- Respeto
- Empatía
- Profesionalismo

#### 4. Estructura Organizativa

La funeraria cuenta con una estructura organizativa de carácter funcional y familiar:

- **Gerente General:** Guillermo Leonel Pineda Morataya
- **Gerente de Marca:** Leonel Stiven Pineda Arias
- **Coordinador de Operaciones Funerarias:** Responsable de la gestión operativa y logística.
- **Encargado de Atención al Cliente:** Disponible permanentemente para brindar apoyo a las familias.
- **Asistentes Operativos:** Personal de apoyo temporal según la demanda de los servicios.

#### 5. Servicios que Ofrece la Empresa

La **Funeraria La Nueva Guadalupe** ofrece paquetes funerarios adaptados a diferentes necesidades y posibilidades económicas, entre los que destacan:

- Traslados locales y nacionales.
- Altar especial (cristiano o católico).
- Carrozas fúnebres.
- Canopies y alumbrado.
- Mobiliario para velaciones (sillas, mesas, adornos).
- Servicio de cafetería.
- Transmisión en vivo de velorios (según disponibilidad).
- Cortejo fúnebre.
- Recuerdos conmemorativos.
- Planes de previsión funeraria con opciones de pago flexibles.

#### 6. Cultura Organizacional

La cultura de la funeraria se fundamenta en la **empatía, el respeto y el compromiso con la comunidad**. Nuestro equipo es el pilar fundamental para garantizar un servicio digno y humano.

Se fomenta la comunicación abierta, el trabajo en equipo, la capacitación continua y la atención personalizada a cada familia.

#### 7. Normas Generales de Convivencia

- Mantener un trato respetuoso con clientes y compañeros.
- Puntualidad y cumplimiento en las tareas asignadas.
- Confidencialidad absoluta sobre la información de los clientes.

- Uso responsable de los recursos de la empresa.
- Vestimenta formal y adecuada al contexto funerario.

## **8. Derechos del Colaborador**

- Ser tratado con respeto y equidad.
- Acceso a un ambiente laboral seguro y digno.
- Recibir capacitación y acompañamiento.
- Oportunidades de crecimiento dentro de la empresa.

## **9. Responsabilidades del Colaborador**

- Cumplir sus funciones con responsabilidad y ética.
- Representar la imagen de la empresa con profesionalismo.
- Colaborar en equipo en cada servicio funerario.
- Respetar los protocolos sanitarios y de bioseguridad.

## **10. Políticas de Atención al Cliente**

- Brindar un trato empático, respetuoso y humano.
- Escuchar con atención las necesidades de cada familia.
- Mantener absoluta discreción y confidencialidad.
- Dar soluciones rápidas y efectivas.
- Cuidar la imagen de la empresa con cada acción.

## **11. Datos de Contacto y Redes Sociales**

**Dirección:** 5A Avenida Norte Bis 304, San Miguel.

**Teléfonos:** (+503) 7541 9102 – (+503) 7929 8113

**Redes sociales:**

- Facebook: Funeraria La Nueva Guadalupe
- Instagram: @funeraria\_n\_g
- TikTok: @funerarianuevaguadalupe
- YouTube: Funeraria La Nueva Guadalupe

## **13. Mensaje Final**

En **Funeraria La Nueva Guadalupe** creemos que cada colaborador es fundamental para brindar un servicio cálido, humano y profesional.

Su trabajo es parte esencial de la misión que tenemos: acompañar a las familias en los momentos más difíciles, ofreciendo apoyo con respeto y solidaridad.

**¡Bienvenido a nuestro equipo!**

**MANUAL DE SEGURIDAD E HIGIENE**



San Miguel, El Salvador, Año 2025

**INDICE**

1. Introducción
2. Objetivos
3. Alcance
4. Políticas Generales de Seguridad e Higiene
5. Identificación de Riesgos en la Funeraria
6. Medidas de Prevención
7. Equipos de Protección Personal
8. Normas de Higiene en el Trabajo
9. Procedimientos en Caso de Emergencia
10. Capacitación y Supervisión
11. Indicadores de Control
12. Responsables
13. Sanciones
14. Revisión y Actualización

## 1. Introducción

El presente Manual de Seguridad e Higiene establece las normas, procedimientos y medidas necesarias para proteger la salud e integridad física de los colaboradores de la Funeraria Nueva Guadalupe, así como garantizar un ambiente laboral seguro, higiénico y digno para todos.

## 2. Objetivos

- Prevenir accidentes de trabajo y enfermedades
- Fomentar el uso adecuado de los equipos de protección personal (EPP)
- Promover la cultura de seguridad, respeto y responsabilidad
- Cumplir con las normativas laborales y sanitarias de El Salvador

## 3. Alcance

Este manual aplica a todo el personal de la funeraria, independientemente de su cargo: administración, asesores, personal de sala, transporte, mantenimiento y servicio funerario.

## 4. Políticas Generales de Seguridad e Higiene

1. La seguridad es responsabilidad de todos los colaboradores.
2. Esta prohibido ingresar al trabajo bajo efectos de alcohol o drogas.
3. Todo trabajador debe utilizar los equipos de protección personal según su puesto.
4. Se debe mantener orden limpieza en todas las áreas de la funeraria
5. Se reportará de inmediato cualquier accidente, incidente o condición insegura al responsable de seguridad.
6. Está prohibido fumar dentro de las instalaciones.
7. Se deben respetar las normas de bioseguridad para la manipulación de cuerpos y desechos.

## 5. Identificación de Riesgos en la Funeraria

- **Riesgos biológicos:** contacto con fluidos, cadáveres, agentes infecciosos.
- **Riesgos químicos:** exposición a formol, desinfectantes, solventes.
- **Riesgos ergonómicos:** levantamiento de ataúdes y sobrecarga física.
- **Riesgos psicosociales:** estrés emocional por contacto con familiares en duelo.

## 6. Medidas de Prevención

- Uso obligatorio de guantes, mascarillas, batas y lentes de protección en trabajos de riesgo.

- Capacitación constante en bioseguridad.
- Correcto almacenamiento de químicos en áreas ventiladas y rotuladas.
- Uso de carretillas o camillas para el traslado de ataúdes y cuerpos.
- Pausas activas para prevenir fatiga y lesiones musculares.

## 7. Equipos de Protección Personal (EPP)

Según el área de trabajo, el personal debe usar:

**Sala de preparación y embalsamiento:** guantes, bata desechable, mascarilla N95, lentes de seguridad y gorro.

**Transporte y carga de ataúdes:** faja lumbar, guantes resistentes, uniforme y zapatos con punta de acero.

**Atención al cliente y administración:** uniforme limpio, mascarilla quirúrgica en caso de riesgo sanitario.

## 8. Normas de Higiene en el Trabajo

- Lavado de manos obligatorio al iniciar y finalizar jornada, y después de cada procedimiento.
- Mantener limpias las salas de velación en el caso de que se cuente con una y áreas comunes.
- Limpieza desinfección diaria de vehículos fúnebres
- Desecho adecuado de residuos biológicos y químicos, según normativa ambiental.
- Prohibido comer o beber en las áreas de trabajo operativo.

## 9. Procedimientos en Caso de Emergencia

- **Accidente laboral:** notificar al jefe de inmediato y trasladar al centro de salud más cercano.
- **Derrame químico:** aislar el área, ventilar y utilizar guantes resistentes para limpieza.
- **Incendio:** evacuar siguiendo las rutas señalizadas, usar extintores si es seguro.
- **Sismo:** mantener la calma, evacuar por las salidas de emergencia y concentrarse en el punto seguro.

## 10. Capacitación y Supervisión:

- El personal recibirá capacitación anual en primeros auxilios, bioseguridad y manejo de químicos.
- El responsable de seguridad realizara inspecciones mensuales en todas las áreas.
- Se llevarán registros de accidentes e incidentes para evaluar medidas preventivas.

## 11. Indicadores de Control

- % de trabajadores que usan EPP en cada área
- Número de accidentes laborales por trimestre
- % de cumplimiento en limpieza y desinfección diaria.
- Numero de capacitaciones realizadas al año

## **12. Responsables**

- Gerencia general (Dueño): asegurar la implementación del manual y supervisar el cumplimiento diario de las normas.
- Cada colaborador: aplicar las medidas de seguridad e higiene en sus tareas

## **13. Sanciones**

El incumplimiento de estas normas será sancionado según el reglamento interno de trabajo y puede incluir amonestaciones, suspensión o despido, dependiendo de la gravedad.

## **14. Revisión y Actualización**

El presente manual deberá revisarse y actualizarse cada dos años, o antes si se introducen nuevos procesos, equipos o normativas legales.

**MANUAL DE OPERACIONES**



**F U N E R A R I A**  
**LA NUEVA GUADALUPE**

**RECORDANDO HISTORIAS. APRECIANDO MEMORIAS**

San Miguel, El Salvador – 2025

## ÍNDICE

1. Introducción
2. Estructura Organizativa y Funciones
3. Procesos Operativos Clave
  - 3.1 Atención al Cliente
  - 3.2 Contratación de Servicios Funerarios
  - 3.3 Preparación y Logística de Velatorio
  - 3.4 Servicios Complementarios
4. Planes de Previsión Funeraria
5. Protocolos de Calidad y Servicio
6. Políticas Internas de Trabajo
7. Seguridad y Salud Ocupacional
8. Indicadores de Gestión
9. Anexos

## **1. Introducción**

Este Manual de Operaciones establece los lineamientos y procesos que guían las actividades de Funeraria La Nueva Guadalupe. Tiene como objetivo garantizar eficiencia, calidad en el servicio y coherencia con la misión, visión y valores de la empresa.

## **2. Estructura Organizativa y Funciones**

- Gerente General: Responsable de la gestión estratégica y administrativa.
- Gerente de Marca: Encargado de marketing, publicidad y posicionamiento de la empresa.
- Coordinador de Operaciones Funerarias: Supervisa logística de traslados, velaciones y sepelios.
- Asistentes Operativos: Apoyo temporal en logística y servicios según demanda.

## **3. Procesos Operativos Clave**

### **3.1 Atención al Cliente**

Paso 1: Recepción de llamadas o solicitudes en oficina.

Paso 2: Escuchar necesidades de la familia y mostrar paquetes.

Paso 3: Presentar cotización y aclarar dudas.

Paso 4: Registrar información del cliente.

Paso 5: Confirmar disponibilidad de servicios.

### **3.2 Contratación de Servicios Funerarios**

Paso 1: Selección del paquete por parte del cliente.

Paso 2: Elaboración y firma de contrato.

Paso 3: Registro de pago y condiciones acordadas.

Paso 4: Entrega de comprobante al cliente.

Paso 5: Comunicación al Coordinador de Operaciones.

### **3.3 Preparación y Logística de Velatorio**

Checklist:

- Montaje de altar (católico o cristiano según petición).
- Instalación de mobiliario (sillas, mesas, alumbrado).
- Coordinación de transporte y carroza.
- Organización del servicio de cafetería.
- Verificación de bioseguridad.

### **3.4 Servicios Complementarios**

- Transmisión en vivo del velorio (según disponibilidad).
- Cortejo fúnebre coordinado.
- Entrega de recuerdos conmemorativos.

### **3.5 Planes de Previsión Funeraria**

Procedimiento:

1. Presentar opciones de afiliación.
2. Explicar planes de pago.
3. Firmar contrato de previsión.
4. Registrar al cliente en base de datos.
5. Dar seguimiento a los pagos.

### **4. Protocolos de Calidad y Servicio**

- Atención empática y profesional.
- Vestimenta formal.
- Cumplimiento de protocolos sanitarios.
- Confidencialidad en la información del cliente.

### **5. Políticas Internas de Trabajo**

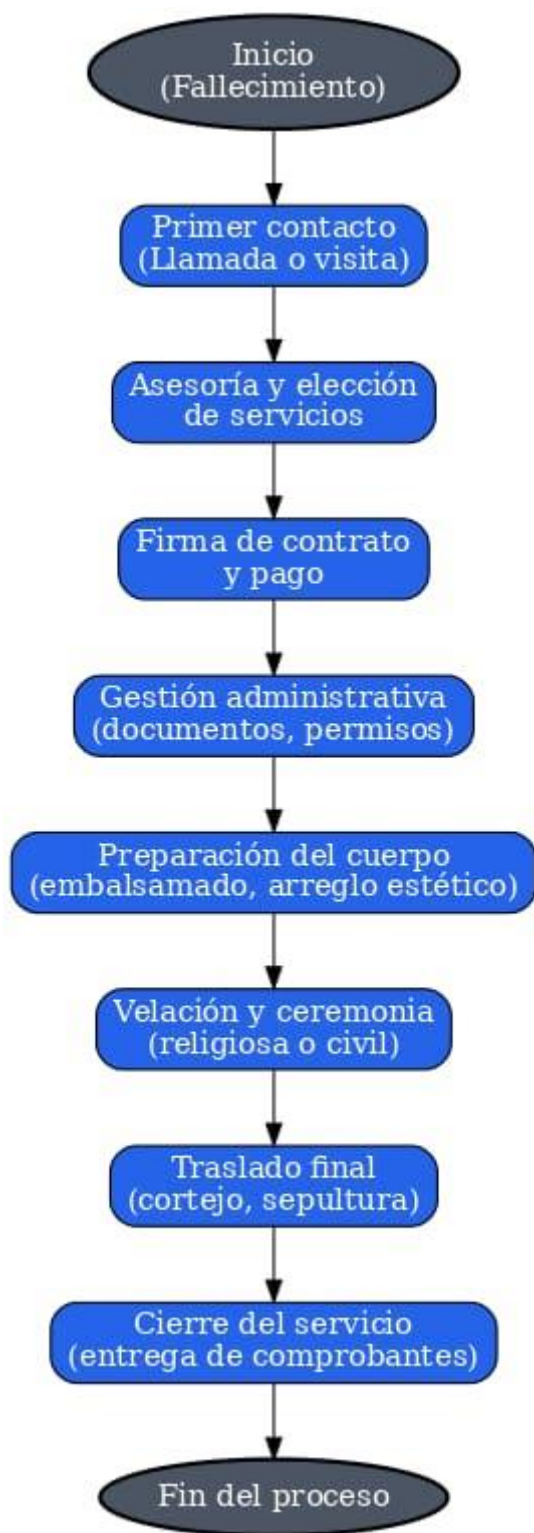
- Puntualidad y asistencia.
- Convivencia laboral respetuosa.
- Uso responsable de recursos.
- Procedimientos disciplinarios.

### **6. Seguridad y Salud Ocupacional**

- Uso de guantes y mascarillas en manipulación de cuerpos.
- Capacitación en primeros auxilios.
- Protocolos en emergencias.
- Mantenimiento de equipo funerario.

### **7. Indicadores de Gestión**

- Tiempo promedio de respuesta a clientes.
- Nivel de satisfacción familiar (encuestas).
- Control de costos y márgenes de utilidad.
- Cumplimiento de protocolos de calidad.

**Diagrama**

FOTOGRAFÍAS



**FUNERARIA LA NUEVA GUADALUPE**

**ALTARES PERSONALIZADOS**

**CORTEJOS FUNEBRES**

**TRANSMISIÓN EN VIVO**

**EXPERTOS EN:**

- † SERVICIOS FUNERARIOS DE EMERGENCIA. Desde: \$10.<sup>00</sup> MENSUALES
- † SERVICIOS FUNERARIOS DE PREVISIÓN. \$10.<sup>00</sup> MENSUALES
- † SERVICIO DE REPATRIACIÓN Y EXPATRIACIÓN.
- † SERVICIO DE CAFETERÍA Y CORTEJOS, ETC.

**CONTACTOS:**  
**+503 7541 9102**  
**+503 7929 8113**  
 ATENCION LAS 24 HORAS

**FUNERARIA LA NUEVA GUADALUPE**

# CONTRATOS DE PREVISIÓN

Desde:  
**\$ 5.<sup>00</sup>**  
MENSUALES

EL AMOR SE DEMUESTRA TAMBIÉN EN LA  
**PREVENCIÓN** HACIA QUIENES MÁS QUEREMOS.



**FUNERARIA**  
**LA NUEVA GUADALUPE**  
• Servicio • Entrega • Historia

+503 7541 9102

+503 7929 8113





**FUNERALES LA NUEVA GUADALUPE**

**ATENCIÓN LAS**  
**24/7**

**SERVICIOS FUNERARIOS DE EMERGENCIA DESDE**  
**LOS:**  
**\$550.<sup>00</sup>** DOLARES

**NUESTROS SERVICIOS INCLUYEN:**

- † Asesoría personalizada 24/7
- † Atáúd básico de madera
- † Sillas
- † Canope con iluminación.
- † Carretilla
- † Servicio de cafetería
- † Altar CRISTIANO o CATOLICO
- † Inhumacion con carroza fúnebre
- † Recuerdo conmemorativo
- † Transmisión en vivo.

RESTRICCIONES APLICAN.

**Contactenos al: 7541-9102 o al 7929-8113**  
**o visitanos en:**

**5A. AVENIDA NORTE BIS #304, BARRIO SAN FELIPE,**  
**DISTRITO DE SAN MIGUEL, EL SALVADOR.**

**FUNERARIA LA NUEVA GUADALUPE**



*Cada despedida eterna merece ser homenajeada con dignidad y respeto.*