

# **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE EXEQUIAS PARA ANIMALES DE COMPAÑÍA EN VILLAVICENCIO**

JORGE ANDRES CONTRERAS

JULIANA ARANGO HENAO

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
VILLAVICENCIO

2015

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE  
SERVICIOS DE EXEQUIAS PARA ANIMALES DE COMPAÑÍA EN VILLAVICENCIO**

JORGE ANDRES CONTRERAS

Código No. 851000526

JULIANA ARANGO HENAO

Código No. 851000522

Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de Especialista en  
Administración de Negocios

Director Proyecto

RAFAEL OSPINA INFANTE

Director de la Especialización en Administración de Negocios

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
VILLAVICENCIO  
2015

**AUTORIDADES ACADÉMICAS**

**OSCAR DOMÍNGUEZ GONZÁLEZ**  
Rector

**WILTON HORACIO CALDERON CAMACHO**  
Vicerrector Académico

**GIOVANNY QUINTERO REYES**  
Secretario General

**JUAN CARLOS LEAL CESPEDES**  
Decano Facultad de Ciencias Económicas

**RAFAEL OSPINA INFANTE**  
Director de la Especialización en Administración de Negocios

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

**RAFAEL OSPINA INFANTE**  
Director de Programa Especialización en  
Administración de Negocios

---

Firma del Jurado

Villavicencio, \_\_\_\_\_ de 2015

## TABLA DE CONTENIDO

COMPONENTE DE MERCADOS.....	7
Breve reseña del origen de la idea del negocio .....	7
Descripción del Producto .....	7
Precio.....	10
Mercado Objetivo .....	11
Mercado potencial .....	11
Mercado Objetivo .....	11
Segmentación de clientes: .....	12
Punto de Venta: .....	12
Canales de Distribución:.....	12
Cadena de Valor: .....	12
Promoción y Publicidad:.....	13
Competencia del Mercado .....	14
Investigación del Mercado: .....	19
Encuesta: .....	22
Resultados Encuestas: .....	23
COMPONENTE ORGANIZACIONAL .....	32
Nombre de la Empresa:.....	32
Plataforma Estratégica: .....	32
Visión .....	32
Misión.....	33
Diseño de los Principios Corporativos.....	33
Propósitos Institucionales .....	33
Diseño de la Estructura Orgánica. (Dependencias con la función básica y la denominación de los cargos y cantidades que compone cada dependencia al igual el organigrama).....	34
Manual de Funciones: .....	35
Forma de Contratación del personal.....	46

Forma Jurídica de formalizar el Negocio.....	46
COMPONENTE FINANCIERO.....	46
Plan de Inversión:.....	46
Proyección de ventas: .....	50
Flujo de Efectivo:.....	52
Estado de Resultados Proyectado:.....	53
Balance General Proyectado:.....	53

## Lista de tablas

Costos de cada estrategia.....	12
Distribución del personal.....	33
Área comercial.....	34
Terreno /adecuación.....	46
Inversión en maquinaria y equipo.....	47
Inversión en muebles y enseres.....	47
Inversión en equipos de cómputo.....	47
Inversión herramientas.....	48
Estrategias.....	48
Materia prima.....	48
Nomina a 1 año.....	49
Servicios públicos.....	49
Inversión inicial.....	49
Proyección en ventas.....	50
Flujo de efectivo.....	52
Flujo de caja.....	52
Estado de resultados proyectados.....	53
Balance general proyectado.....	53

## COMPONENTE DE MERCADOS

### Breve reseña del origen de la idea del negocio

Actualmente encontramos que la sociedad ha generado una estrecha relación con los animales, convirtiéndolos así en animales de compañía y en un miembro más de la familia (creando un vínculo de cariño) y permitiendo que día a día exista un trato especial ante ellos.

Más que una compañía los animales se han encaminado a ser parte fundamental en el diario vivir del ser humano; cubriendo necesidades tales como: guías para personas con discapacidad, proporcionan seguridad a los hogares, empleados en los servicios militares y como medios de transporte en muchos de los casos.

En los últimos años la tendencia a tener mascotas ha aumentado creándose un valor económico importante a explotar; las personas están dispuestas a gastar en el bienestar de sus mascotas, pero también es de entender que al ser seres vivos también algún día mueren.

Las personas a veces no saben qué hacer con sus animales cuando mueren, pueden enterrarlas en el patio de su casa, en un jardín, en un parque, botarlos al monte, a un río o en una bolsa en la basura. Por lo anterior, por cultura y por medio ambiente la idea de crear una empresa prestadora de servicios exequias para animales de compañía en Villavicencio.

Es por esto que surge esta idea de negocio para suplir esas necesidades emocionales de los propietarios y encaminar a los propietarios a una cultura ecológica, con manejo integral del área de salud pública con la cual podemos reducir las prácticas inadecuadas de manipulación de cuerpos sin vida; creando así una conciencia social, ecológica y cultural.

### Descripción del Producto

La idea de negocio consiste en la creación de una empresa que brinde el servicio de exequias para animales de compañía en la ciudad de Villavicencio (Meta), ofrecer a los propietarios de las mascotas la oportunidad de que el día de muerte de su mascota cuenten con un servicio digno de entierro; ya sea mediante cremación o sepultura los mismos. Este servicio pretende ofrecer:

1) Transporte: Traslado del cuerpo de la mascota desde el lugar de domicilio o veterinaria hasta el sitio de cremación o entierro.





Fuente: Funeravet

2) Refrigeración donde se conservaran los cuerpos en un periodo no mayor a 7 días y preparación del cuerpo de la mascota (sea para sepultura o cremación).



Fuente: [http://www.deguate.com.gt/guatemala/transporte-de-carga-y-correo/cuartos-frios/cuartos-frios-y-su-importancia.php#.VTwXSyF\\_Oko](http://www.deguate.com.gt/guatemala/transporte-de-carga-y-correo/cuartos-frios/cuartos-frios-y-su-importancia.php#.VTwXSyF_Oko)

3) Sepultura del animal: La empresa se comprometerá a entregar copia del documento de sepultura del animal, en el cual quedará registro de nombre, edad, raza, propietario, peso, color y disposición final del cuerpo.

Se depositaran los animales en un terreno y adicional a esto el usuario podrá escoger servicios como:

Lápida-Recordatorio: En la cual el cliente podrá dejar un mensaje o decoración a su gusto para recordar su mascota.

Arreglo floral

## Mensaje de miembros de la familia



Fuente: Funeravet

4) Cremación: Para este tipo de servicio la empresa se comprometerá a entregar copia del documento de incineración del animal, en el cual quedará registro de nombre, edad, raza, propietario, peso, color y disposición final de las cenizas.

Para tal servicio el cliente tendrá la oportunidad de escoger entre una cremación individual con recuperación de cenizas o cremaciones comunitarias. El cliente que elige el servicio de cremación individual tendrá como disposición final las cenizas de su mascota las cuales se depositan en urnas o para el caso de cremaciones comunitarias el cliente no obtendrá recuperación de cenizas.



Fuente:

[http://www.funeralproducts.eu/media/wysiwyg/brochures/FPcatalogusEN\\_ES.pdf](http://www.funeralproducts.eu/media/wysiwyg/brochures/FPcatalogusEN_ES.pdf)

Además se ofrecerá al cliente un catálogo de urnas donde el cliente con un valor adicional tendrá la posibilidad de escoger urnas en cerámica, urnas en cristal, urnas en fibra de vidrio, urnas biológicas, urnas de madera, urnas de mármol o joyas para cenizas. Es importante resaltar que ese valor adicional dependerá del tipo de urna elegida.

Actualmente Villavicencio no cuenta con la existencia de una empresa que ofrezca los servicios funerarios para mascotas, lo que permite que este plan de negocio sea una iniciativa para ofrecer un servicio de calidad y diferenciador para la

población de Villavicencio. Este servicio como se mencionó anteriormente contará con transporte del domicilio de los propietarios hasta las instalaciones de la empresa, atención personalizada, servicio 24 horas del día y se contará con un profesional que apoye psicológicamente el duelo por el fallecimiento de su mascota.

El servicio completo consistirá en transporte del animal desde el lugar de su muerte hasta las instalaciones de la empresa, posterior a esto se refrigera y prepara el cuerpo. Dependiendo del servicio que elija el usuario (cremación o entierro); la empresa obsequiara recordatorios de la mascota para el servicio de entierro y para el caso de cremación se dará el servicio de urnas dependiendo del plan pactado. Además se dará apoyo psicológico a los propietarios de la mascota para que lleven su luto de una mejor manera.

SERVICIO	DESCRIPCIÓN
<b>Entierro</b>	Servicio de transporte, refrigeración del cuerpo, arreglo del cuerpo y posterior sepultura en terreno. (Ataúd en cartón ecológico, Lápida, certificado de sepultura y arreglo floral). Se entregan 10 recordatorios de la mascota. (Lote por 4 años)
<b>Cremación (Sin devolución de cenizas)</b>	Servicio de transporte, cremación, Certificado de cremación. Se entregan 10 recordatorios de la mascota.
<b>Cremación (Devolución de cenizas)</b>	Servicio de transporte, cremación, Certificado de cremación. Se entregan cenizas en urnas y 3 recordatorios.

### Precio

La ciudad de Villavicencio no cuenta con empresas que brinde esta clase de servicios funerarios para mascotas, por lo tanto como empresa pionera en el mercado se tiene la ventaja de fijar los precios en el mercado según la demanda analizada y la aceptación por parte del mercado ante un servicio innovador.

SERVICIO	TAMAÑO-ESPECIE	TARIFA
<b>Entierro</b>	-Gatos, conejos y aves	\$400.000
	-Pequeños	\$500.000
	-Medianos	\$650.000

	-Grandes	\$700.000
<b>Cremación (Sin devolución de cenizas)</b>	-Gatos, conejos y aves	\$140.000
	-Pequeños	\$200.000
	-Medianos	\$240.000
	-Grandes	\$270.000
<b>Cremación (Devolución de cenizas)</b>	-Gatos, conejos y aves	\$500.000
	-Pequeños	\$600.000
	-Medianos	\$650.000
	-Grandes	\$700.000

### **Mercado Objetivo**

### **Mercado potencial**

Está conformado por todos los hogares ubicados en la ciudad de Villavicencio y que son tenedoras de mascotas en sus hogares y que requieren del servicio exequial. Se considera clientes potenciales a aquellas personas que al momento de morir su mascota no saben qué hacer con sus restos para darle un final digno.

### **Mercado Objetivo**

Específicamente el mercado objetivo está constituido para toda la población tenedora de mascotas: Adultos, niños, parejas, personas con discapacidad o ya sea personas de un nivel socioeconómico de clase alta, media o baja.

A este mercado objetivo no les importa gastar dinero con tal de darles una última despedida a quienes son parte de su familia; se considera que este mercado estaría dispuesto a pagar por un servicio como el que se ofrece, garantizando un buen servicio y un alto grado de satisfacción por el mismo.

### Segmentación de clientes:



### Punto de Venta:

El principal punto de venta sería una oficina en el lugar donde se prestan los servicios que estaría a cargo del representante de ventas y a su vez estaría a cargo de manera indirecta de cada una de las veterinarias presentes en la región; Complementando con visitas al cliente interesado en adquirir el servicio.

### Canales de Distribución:

Los canales de comercialización del servicio se utilizarán intermediarios que en este caso serían las veterinarias para colocar la respectiva publicidad del servicio para tener mayor difusión y una comercialización directa con los clientes interesados en el servicio (llamadas o vía internet).

### Cadena de Valor:



El servicio o producto va agregando valor para convertirse en lo que desea el consumidor; cada nivel de producto es un agregado de valor. En su primer nivel es un producto/ servicio básico que corresponde al beneficio esencial que cubre la necesidad del consumidor, para nuestro caso el producto básico es el servicio de cremación o sepultura ofrecido.

El segundo nivel es aquel que sobrepasa las expectativas de los consumidores. (Lápida, recordatorios, arreglos florales, mensajes de miembros de la familia, urnas).

El tercer nivel hace relevancia en sorprender al cliente con productos o servicios. (Para el caso de la empresa sería contar con un lugar para visitar su mascota después de su fallecimiento).

### **Promoción y Publicidad:**

Se realizará estrategias de tipo publicitario con el fin de que los servicios funerarios para mascotas sean reconocidos en el mercado. La empresa propone las siguientes estrategias de promoción:

- Volantes informativos de la empresa con el fin de que la población en general tenga conocimiento de la empresa y sus servicios. (Veterinarias y comunidad)
- Aprovechar medios masivos de comunicación: Facebook, Instagram y Twitter.
- Crear página web de la empresa.
- Evento de lanzamiento de la empresa con invitados especiales como: Médicos veterinarios, Funcionarios del sector de salud u otras)
- Contratar personal al cual se le dará disfraz de mascota tipo ángel para repartir volantes en los principales sectores y vías de Villavicencio
- 5% del valor total cobrado sobre el plan exequial ofrecido, después de finalizada la totalidad de la deuda.

### **COSTOS DE CADA ESTRATEGIA**

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>E.SERVICIO</b>			
-Recordatorios	2000	\$1200	\$2.400.000
-Papelería	1000	\$200	\$200.000
Arreglo Floral	30	\$30.000	\$900.000
-Urnas			
R1	40	\$60.000	\$2.400.000
R2	40	\$45.000	\$1.800.000
<b>Total E. Servicio</b>			<b>\$7.700.000</b>



<b>E.PROMOCION Y COMUNICACIÓN</b>			
-Personal disfrazado como mascota (repartir volantesx8 horas)	6	\$30.000	\$180.000
<b>*Evento de lanzamiento de la empresa</b>			
-Publicidad	150	\$1500	\$850.000
-Cocteles			\$225.000
-Pasabocas	400	\$1000	\$400.000
-Personal	8	\$30.000	\$240.000
-Alquiler salón	1	300.000	\$300.000
-Otros gastos			\$200.000
<b>TOTAL GASTOS EVENTO</b>			<b>\$2.215.000</b>

<b>E.PLAZA</b>			
-Llamadas (minutos)	2000	\$100	\$200.000
Visitas (Mensual)		\$500.000	\$500.000
<b>Total E. Plaza</b>			<b>\$700.000</b>

-Pagina web (creación y actualización)	1	\$1.100.000	\$1.100.000
Tarjetas de presentación	1000	\$350	\$350.000
Volantes informativos	2000	\$90	\$180.000
			<b>\$1.315.000</b>

En conclusión el total de los costos para llevar a cabo cada uno de las estrategias es por un valor de \$11.930.000.

### Competencia del Mercado

En la ciudad de Villavicencio no encontramos información real sobre la estimación de la demanda y tipo de servicios que requieren los propietarios de mascotas. Es importante señalar que no hay una competencia directa del servicio a ofrecer; cuando una familia sufre la pérdida de su mascota lo más semejante a un servicio funerario es el servicio prestado por las clínicas veterinarias, las cuales dirigen al animal al centro de zoonosis. (Servicio prestado mediante la secretaría de salud del municipio).

Actualmente la ciudad de Villavicencio cuenta con un alto número de clínicas Veterinarias, pero para realizar el análisis de la situación actual del papel que

cumplen las veterinarias en el tema de prestación de servicio para la disposición final del cuerpo de la mascota se seleccionaron 8 clínicas Veterinarias reconocidas en la ciudad a las cuales se les aplicó una encuesta.

**1. Veterinaria Meveas**

**2. Veterinaria Indianapolis**

**3. El mundo de las mascotas**

**4. Clínica veterinaria de la Universidad de los Llanos**

**5. Agropunto la finca**

**6. Veterinaria la vaca y el toro**

**7. Clínica veterinaria pequeños gigantes**

**8. ANIMAL HEALT Consultorio Veterinario**

**SITUACION ACTUAL DE LAS CLINICAS VETERINARIAS EN MUERTE DE MASCOTAS**

1. ¿Cuántas mascotas a la semana mueren en su clínica?
2. ¿Ustedes se encargan del cuerpo de una mascota en caso de fallecimiento dentro de la clínica veterinaria?
3. ¿Cantidad de personas mensualmente que se llevan el cuerpo del animal después de fallecido?
4. ¿Tienen ustedes algún tipo de servicio externo o contratado para esta labor?
5. Referenciaría a sus usuarios una empresa de servicios funerarios?
6. ¿Le gustaría crear un convenio con la empresa prestadora de servicios funerarios para mascotas?

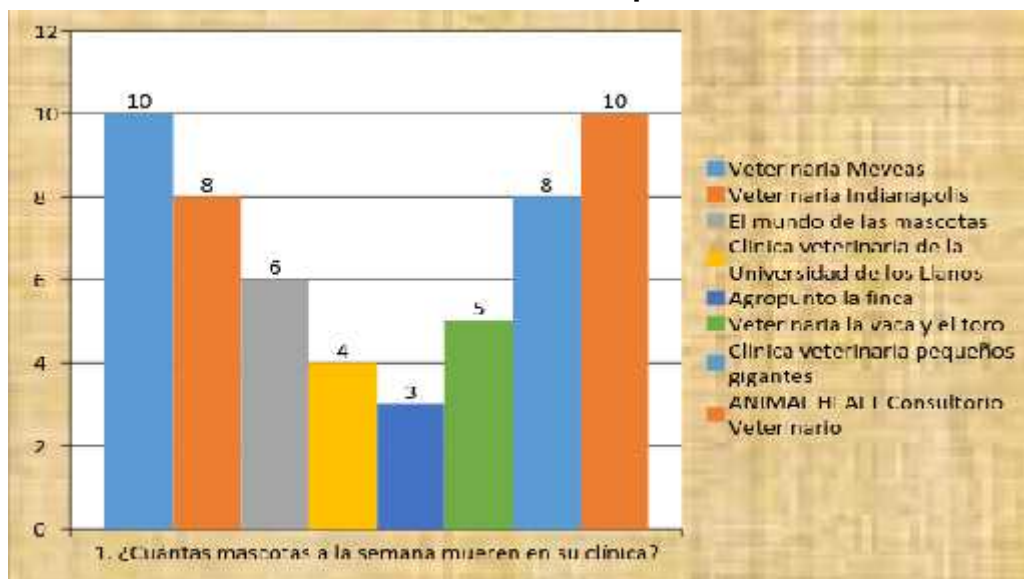
1. ¿Cuántas mascotas a la semana mueren en su clínica?

<b>Veterinaria Meveas</b>	<b>10</b>
<b>Veterinaria Indianápolis</b>	<b>8</b>
<b>El mundo de las mascotas</b>	<b>6</b>
<b>Clínica veterinaria de la Universidad de los Llanos</b>	<b>4</b>
<b>Agropunto la finca</b>	<b>3</b>



<b>Veterinaria la vaca y el toro</b>	<b>5</b>
<b>Clínica veterinaria pequeños gigantes</b>	<b>8</b>
<b>ANIMAL HEALTH Consultorio Veterinario</b>	<b>10</b>
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>

**Gráfica 1. Número de mascotas muertas por clínica semanalmente.**



Fuente: Propia

Podemos concluir que encontramos una alta mortalidad semanalmente de mascotas en las clínicas veterinarias más reconocidas de la ciudad de Villavicencio.

2. ¿Ustedes se encargan del cuerpo de una mascota en caso de fallecimiento dentro de la clínica veterinaria?

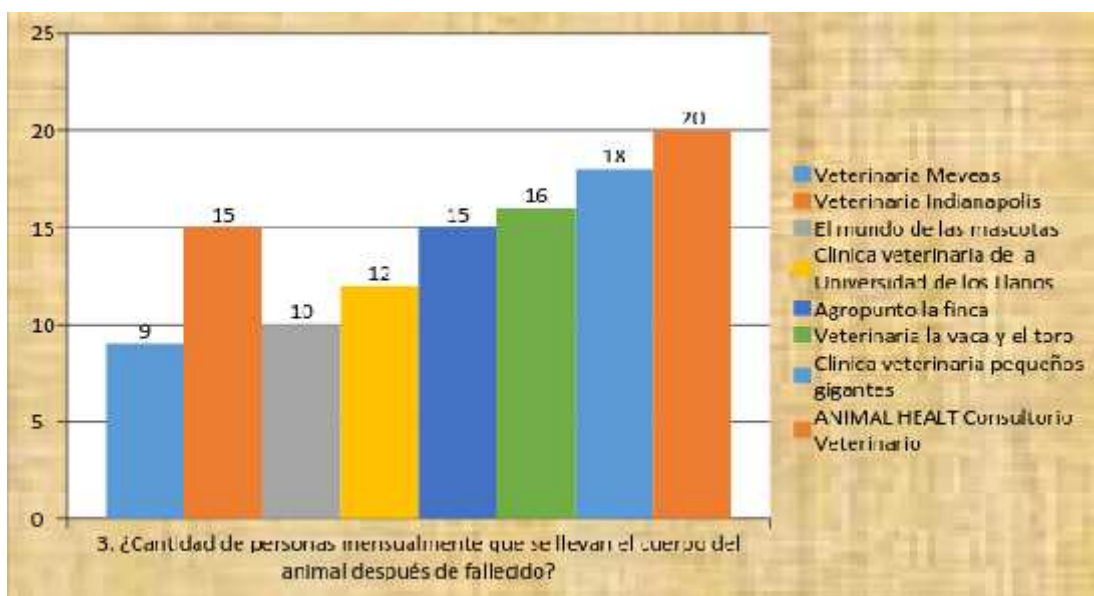
<b>Veterinaria Meveas</b>	<b>SI</b>
<b>Veterinaria Indianápolis</b>	<b>NO</b>
<b>El mundo de las mascotas</b>	<b>SI</b>
<b>Clínica veterinaria de la Universidad de los Llanos</b>	<b>SI</b>
<b>Agropunto la finca</b>	<b>SI</b>
<b>Veterinaria la vaca y el toro</b>	<b>NO</b>
<b>Clínica veterinaria pequeños gigantes</b>	<b>SI</b>
<b>ANIMAL HEALTH Consultorio Veterinario</b>	<b>SI</b>

3. ¿Cantidad de personas mensualmente que se llevan el cuerpo del animal después de fallecido?

**Veterinaria Meveas**

**9**

<b>Veterinaria Indianápolis</b>	15
<b>El mundo de las mascotas</b>	10
<b>Clínica veterinaria de la Universidad de los Llanos</b>	12
<b>Agropunto la finca</b>	15
<b>Veterinaria la vaca y el toro</b>	16
<b>Clínica veterinaria pequeños gigantes</b>	18
<b>ANIMAL HEALTH Consultorio Veterinario</b>	20
<b>TOTAL</b>	115



Encontramos un alto número de personas las cuales se llevan sus mascotas después de fallecidas; de las cuales se desconoce cuál es la disposición final que hacen con sus mascotas después de muertas.

4. ¿Tienen ustedes algún tipo de servicio externo o contratado para esta labor?

Veterinaria Meveas	SI
<b>Veterinaria Indianápolis</b>	NO
<b>El mundo de las mascotas</b>	SI
<b>Clínica veterinaria de la Universidad de los Llanos</b>	<b>SI</b>
<b>Agropunto la finca</b>	NO
<b>Veterinaria la vaca y el toro</b>	NO
<b>Clínica veterinaria pequeños gigantes</b>	SI
<b>ANIMAL HEALTH Consultorio Veterinario</b>	NO

## 5. Referenciaría a sus usuarios una empresa de servicio funerarios?

Veterinaria Meveas	SI
Veterinaria Indianapolis	SI
El mundo de las mascotas	SI
Clínica veterinaria de la Universidad de los Llanos	SI
Agropunto la finca	SI
Veterinaria la vaca y el toro	NO
Clínica veterinaria pequeños gigantes	SI
ANIMAL HEALT Consultorio Veterinario	SI

## 6. ¿Le gustaría crear un convenio con la empresa prestadora de servicios funerarios para mascotas?

<b>Veterinaria Meveas</b>	<b>SI</b>
<b>Veterinaria Indianápolis</b>	<b>SI</b>
<b>El mundo de las mascotas</b>	<b>SI</b>
<b>Clínica veterinaria de la Universidad de los Llanos</b>	<b>SI</b>
<b>Agropunto la finca</b>	<b>SI</b>
<b>Veterinaria la vaca y el toro</b>	<b>SI</b>
<b>Clínica veterinaria pequeños gigantes</b>	<b>SI</b>
<b>ANIMAL HEALT Consultorio Veterinario</b>	<b>SI</b>

Es claro que la mayoría de veterinarias encuestadas referenciaría a sus usuarios los servicios funerarios ofrecidos y a su vez estarían interesados en crear convenios con las empresas de servicios funerarios. Lo que nos permite identificar un mercado que abarcar mediante la prestación de nuestros servicios dados por la empresa.

A nivel nacional existen empresas que prestan servicios funerarios para mascotas. (Bogotá, Medellín, Pereira, Bucaramanga, Cali, Barranquilla y Montería).

Es importante mencionar que encontramos productos sustitutos como:

- Cementerios virtuales: Ofrece a los socios un lugar donde ofrecer un homenaje a sus mascotas fallecidas.
- Empresas recolectoras de basura: El camión recolector de basura lo recoge en su ruta de recolección de basuras y el cuerpo es desechado en un botadero.

- Entierro en lotes, depósito del animal en zonas como ríos y calle: Emplean bolsas de basura o costales para depositar el animal y realizar la disposición final del cuerpo.

### Investigación del Mercado:

Para identificar la demanda para la creación de la empresa con servicios funerarios para mascotas en la ciudad de Villavicencio es necesario conocer la población total y el número de familias presentes en los diferentes estratos.

Según el DANE en censo realizado en el 2005 el número de habitantes de Villavicencio era de 380.222

Población Villavicencio, 2005

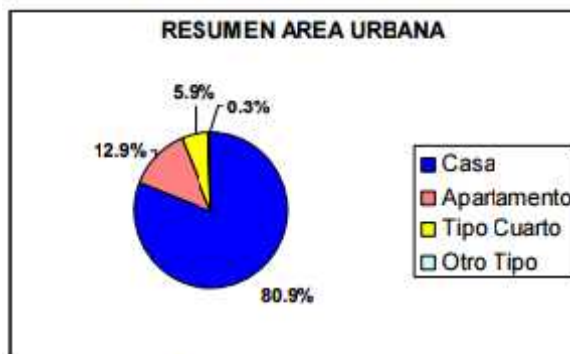
Aspecto	Total
Número de habitantes	380.222
Número de hogares	101.717
Número de viviendas	92.308
Población de mujeres (%)	51,2
Población 5 años o más que sabe leer y escribir (%)	93,6

Fuente: DANE. Censo 2005

La proyección de la población de Villavicencio tiende a crecer significativamente y se espera que para el 2016 llegue a 484.471. Incremento importante debido a que aumenta la demanda del servicio a ofrecer por la empresa.

Proyecciones de población									
Nombre Municipio	A junio 30 de 2014			A junio 30 de 2015			A junio 30 de 2016		
	Cabeceza	Resto	Total	Cabeceza	Resto	Total	Cabeceza	Resto	Total
	Rajolá, F.C.	7.780.451	18.394	7.798.845	7.869.371	18.506	7.887.877	7.869.371	18.506
Medellín	2.410.785	30.358	2.441.143	2.434.647	29.675	2.464.322	2.434.647	29.675	2.464.322
Cali	2.388.117	38.877	2.426.994	2.333.203	38.618	2.371.821	2.333.203	38.618	2.371.821
Barranquilla	1.208.729	4.214	1.212.943	1.214.253	4.222	1.218.475	1.214.253	4.222	1.218.475
Cartagena	947.579	42.608	990.187	953.594	42.101	1.001.755	953.594	42.101	1.001.755
Cúcuta	621.903	21.703	643.606	623.107	21.904	650.011	623.107	21.904	650.011
Bucaramanga	520.229	6.598	526.827	521.440	3.407	527.813	521.440	3.407	527.813
Itagué	517.557	30.352	548.209	523.057	30.407	553.524	523.057	30.407	553.524
Pereira	393.600	73.525	467.125	393.183	73.427	468.612	393.183	73.427	468.612
Villavicencio	458.111	23.853	481.964	463.732	23.739	484.471	463.732	23.739	484.471
Manizales	367.237	27.391	394.628	363.033	27.442	396.073	363.033	27.442	396.073
Pasto	300.238	74.248	374.486	303.051	74.342	379.993	303.051	74.342	379.993
Montería	335.833	99.115	434.948	341.333	99.548	441.301	341.333	99.548	441.301
Armenia	267.163	7.908	275.071	263.604	7.999	271.603	263.604	7.999	271.603
Total Nacional	36.359.261	11.302.511	47.661.772	36.845.933	11.356.470	48.203.403	36.845.933	11.356.470	48.203.403

Según un estudio realizado por GfK el espacio resulta ser un factor clave al momento de decidir adquirir una mascota, ya que del total de personas que tienen mascota, el 80% vive en casa y tan solo el 20% vive en apartamento. Encontramos que la población del área urbana el 80.9% está ubicada en casas y un 12.9% en apartamentos.



Fuente: Censo General 2005, Marco Geoestadístico Nacional, 2.004

Especializado en: Dirección de Geoestadística

Encontramos que en la distribución total de viviendas según estrato socioeconómico, el nivel que prevalece es el tres con un porcentaje del 38,9%; seguido del nivel dos con un porcentaje del 28,1%.

Distribución del total de viviendas según estrato socioeconómico (Según el servicio de energía eléctrica) 2015 (Enero)							
Ciudad	Estrato - % viviendas						Total
	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	
Bucaramanga	7,0	25,0	38,0	13,8	4,7	3,7	100,0
Medellín	11,2	33,6	30,2	11,6	6,7	4,6	100,0
Cali	17,8	20,7	32,2	12,8	8,9	3,0	100,0
Darienauilla	32,3	21,5	24,2	13,3	4,7	4,0	100,0
Bucaramanga	11,3	19,1	24,7	32,8	3,3	5,8	100,0
Cartagena	37,9	30,1	17,1	8,4	3,8	4,7	100,0
Cócuta	28,5	40,6	18,5	8,4	1,8	0,1	100,0
Pereira	11,0	29,0	21,6	17,3	11,2	6,9	100,0
Itagüé	18,5	46,7	24,5	10,1	1,8	0,4	100,0
Manizales	9,2	22,1	40,1	15,1	4,1	8,0	100,0
Pasto	17,2	33,4	30,5	10,2	3,7	0,0	100,0
Villavicencio	22,4	25,1	38,9	7,2	2,5	0,5	100,0
Ambato	22,5	25,9	30,0	10,0	10,2	1,4	100,0

Fuente: Superintendencia de Servicios Públicos - Sistema Único de Información de Servicios Públicos, SUI

Mediante técnicas de recolección de información aplicadas (encuestas) se pretende recolectar la información necesaria para evaluar las variables del mercado y su demanda.

Según el DANE la población estimada de Villavicencio es de 480.366 habitantes. El tamaño de la muestra es de 100, con un nivel de confianza del 95.5% y un margen de error del 10%.

## Encuesta:

Nombre: \_\_\_\_\_ Estrato: \_\_\_\_\_ Sexo: F/M Edad: \_\_\_\_\_

|

1. ¿Tiene mascotas en su casa?

Si / No

2. ¿Qué tipo de mascota tiene?

Perro / Gato / Ave / Otra

3. ¿Cuántas mascotas tiene en su vivienda?

\_\_\_\_\_

4. ¿Según esta escala su mascota es de tamaño?

Mini (1 a 10 kg) / Pequeño (11 a 23 kg) / Mediano (24 a 36 kg) / Grande (37 en adelante)

5. Ha muerto alguna mascota en su hogar?

Si / No

6. Cuando murió su mascota cual fue la disposición final del cuerpo?

7. ¿Tiene algún tipo de seguro en caso de que su mascota fallezca?

Si / No

8. ¿Le interesaría un servicio que le ayudara en el momento en que su mascota falleciera?

Si / No (Si selecciona esta opción se debe terminar encuesta)

9. De las siguientes opciones ¿Cuál desearía darle a su mascota en el momento de su muerte?

a. Sepultura

b. Cremación con devolución de cenizas

c. Cremación sin devolución de cenizas

d. Otro

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada uno de los servicios que se menciona?

- Sepultura:

150.000 a 250.000 / 250.000 a 350.000 / 350.000 a 450.000 / 650.000 a 750.000

Cremación con devolución de cenizas

200.000 a 350.000 / 350.000 a 450.000 / 450.000 a 550.000 / 550.000 a 650.000

- Cremación sin devolución de cenizas

150.000 a 200.000 / 200.000 a 250.000 / 250.000 a 300.000 / 350.000 a 400.000

11. ¿Le interesaría un servicio de ayuda psicológica para sus hijos en caso del fallecimiento de su mascota?

Si / No

12. De las siguientes opciones ¿Cuál le gustaría que fuera el destino final de su mascota?

-Entierro en tierra

Entierro en bóveda

- Enterrar las cenizas bajo un árbol



### Resultados Encuestas:



Fuente. Propia

<b>SI</b>	<b>82 Personas</b>
<b>NO</b>	18 Personas
<b>TOTAL</b>	100 P ersonas

Encontramos que el 82% de personas tienen mascotas en sus hogares, lo que nos indica una alta aceptación por parte de la población a tener animales.



Fuente. Propia

<b>PERRO</b>	<b>62Person as</b>
<b>GATO</b>	17 personas
<b>OTRO</b>	3 personas
<b>TOTAL</b>	82



personas
----------

De la población que encontramos que tienen mascota el 76% tienen en sus hogares perros, seguido de un 21% que pertenece a tenencia de gatos y un porcentaje del 4% hace referencia a otros (conejos, peces).

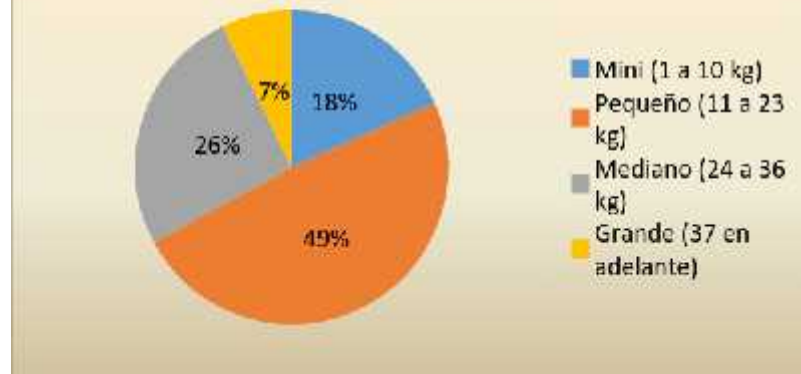


Fuente. Propia

<b>1 MASCOTA</b>	<b>50 personas</b>
<b>2 MASCOTAS</b>	25 personas
<b>3 MASCOTAS</b>	5 personas
<b>MAS DE 3 MASCOTAS</b>	2 personas
<b>TOTAL</b>	<b>82 personas</b>

Del 82% de personas que poseen mascotas en sus viviendas el 61% tienen una mascota, 30% dos mascotas y el 8% más de 2 mascotas.

#### 4. ¿Según esta escala su mascota es de tamaño?



Fuente: Propia

<b>Mini (1 a 10 kg)</b>	<b>15</b>
	<b>personas</b>
<b>Pequeño (11 a 23 kg)</b>	40
	personas
<b>Mediano (24 a 36 kg)</b>	21
	personas
<b>Grande (37kg en adelante)</b>	6
	personas
<b>TOTAL</b>	82
	personas

Las personas encuestadas en su gran mayoría 49% tienen animales pequeños, 26% de la población tienen animales medianos, seguido por un 18% con animales mini y un 7% animales grandes. Estos datos nos permitirán estructurar costos adecuados por los servicios prestados por la funeraria al momento de la cremación. (Costos según el peso/tamaño del animal).

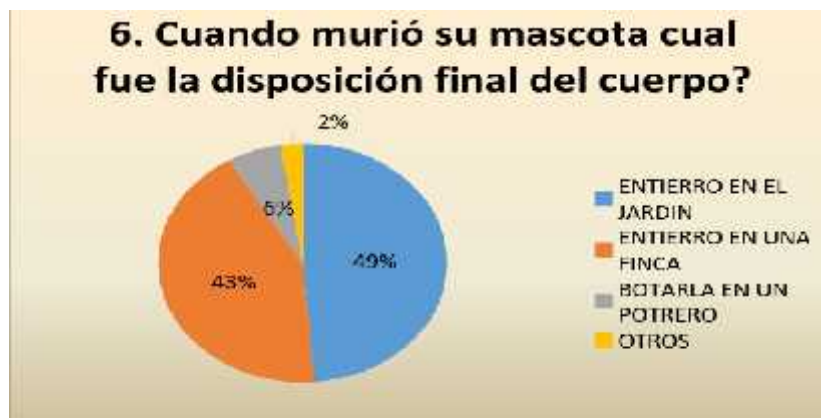
#### 5. Ha muerto alguna mascota en su hogar?



Fuente: Propia

<b>SI</b>	<b>69</b> <b>personas</b>
<b>NO</b>	13 personas
<b>TOTAL</b>	82 personas

Al 84% de la población encuestada manifestó que se le ha muerto una mascota en su hogar. Con este valor es importante entrar a ofrecer los servicios prestados por la empresa en casos como los que se presentan diariamente en la población como lo es la muerte de su mascota.



Fuente: Propia

<b>ENTIERRO EN EL JARDIN</b>	<b>40</b> <b>personas</b>
<b>ENTIERRO EN UNA FINCA</b>	35 personas
<b>BOTARLA EN UN POTRERO</b>	5 personas
<b>OTROS</b>	2 personas
<b>TOTAL</b>	82 personas

El 49% de los encuestados decidieron enterrar su mascota en su jardín, el 43% en una finca, el 6% en potreros y un 2% en otras zonas.



Fuente: Propia

SI	0 personas
NO	82 personas
<b>TOTAL</b>	82 personas

El 100% de los encuestados que tienen mascota no tienen un seguro en caso de que su mascota fallezca. (No están preparadas en caso de la muerte del animal). Es vital conocer esta información; ya que esto nos permite identificar una necesidad que no ha sido satisfecha en la ciudad de Villavicencio y en la cual se puede comenzar a trabajar.



Fuente: Propia

SI	62 personas
NO	20 personas
<b>TOTAL</b>	82 personas

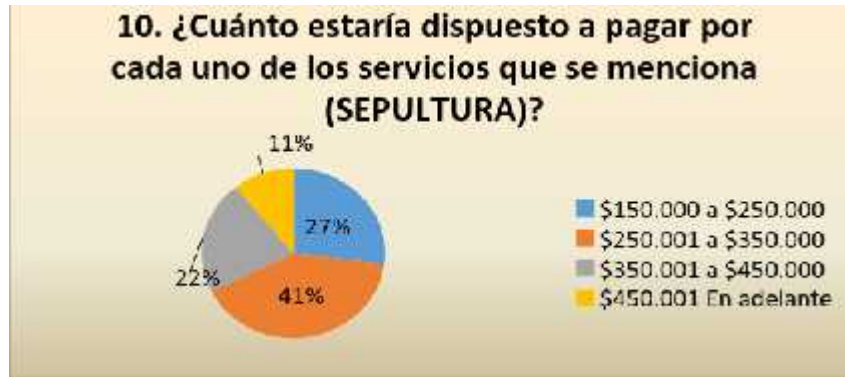
En esta pregunta del 82% de los encuestados con tenencia de mascotas, el 76% le interesaría un servicio que le ayudara en el momento de defunción de su mascota. Un 24% no está interesado en adquirir el servicio de productos exequiales; pero podemos concluir que a pesar de que no hay un conocimiento del servicio si existe una necesidad que satisfacer; es decir encontramos un mercado importante al que podemos ofrecer nuestros servicios.



Fuente: Propia

Sepultura	37 personas
Cremación (Sin DC)	9 personas
Cremación (Con DC)	13 personas
Otro	3 personas
<b>TOTAL</b>	<b>62 personas</b>

El 60% de las personas escogieron el servicio de sepultura del animal, el 21% se inclinó hacia la cremación individual con devolución de las cenizas, el 15% eligió cremación sin devolución de cenizas. (Este servicio se puede prestar mediante la incineración colectiva de mascotas u otra disposición final de las cenizas). Esta información nos permite conocer la necesidad del servicio a prestar para los tenedores de mascotas.

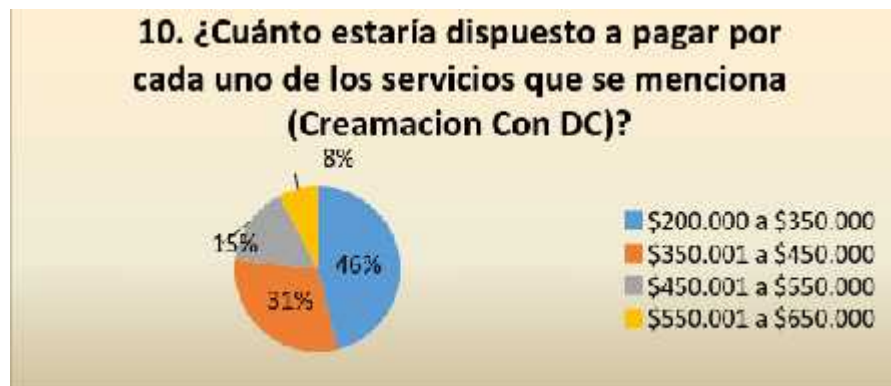


Fuente: Propia

### Sepultura

<b>150.000 a 250.000</b>	10 personas
<b>250.001 a 350.000</b>	15 personas
<b>350.001 a 450.000</b>	8 personas
<b>450.001 En adelante</b>	4 personas
<b>TOTAL</b>	37 personas

El 41% de los encuestados estaría dispuesto a pagar por el servicio de sepultura del animal un valor de \$250.000 a \$350.000, el 27% un valor de \$150.000 a \$250.000, seguido de un 22% que destinaria entre \$350.000 a \$450.000 y por ultimo un 11% que pagaría un valor de \$450.000 en adelante. Esto nos permite evaluar el posible precio de los servicios a prestar por la empresa.



Fuente: Propia

### Cremación con devolución de cenizas

<b>200.000 a 350.000</b>	6 personas
<b>350.001 a 450.000</b>	4 personas
<b>450.001 a 550.000</b>	2 personas
<b>550.001 a 650.000</b>	1 persona
<b>TOTAL</b>	13 personas

El 46% de los encuestados estaría dispuesto a pagar por el servicio de cremación del animal con devolución de cenizas un valor de \$200.000 a \$350.000, el 31% un valor de \$350.000 a \$450.000, seguido de un 15% que destinaría entre \$450.000 a \$550.000 y por último un 8% que pagaría un valor de \$550.000 a \$650.000. Esto nos permite evaluar el posible precio de los servicios a prestar por la empresa.



### Cremación sin devolución de cenizas

<b>150.000 a 200.000</b>	3 Personas
<b>200.001 a 250.000</b>	4 personas
<b>250.001 a 300.000</b>	1 persona
<b>350.001 a 400.000</b>	1 persona
<b>TOTAL</b>	9 personas

El 44% de los encuestados estaría dispuesto a pagar por el servicio de cremación del animal sin devolución de cenizas un valor de \$200.000 a \$250.000, el 33% un valor de \$150.000 a \$200.000, seguido de un 11% que destinaría entre \$250.000 a \$300.000 y por último un 11% que pagaría un valor de \$350.000 a \$400.000. Esto nos permite evaluar el posible precio de los servicios a prestar por la empresa.



Fuente: Propia

<b>SI</b>	<b>15</b> personas
<b>NO</b>	47 personas
<b>TOTAL</b>	62 personas

El 76% de las personas encuestadas consideran que es importante el apoyo psicológico para los integrantes de la familia después de la muerte de su mascota. El 24% restante no les interesaría este servicio.



Fuente: Propia

<b>Entierro en tierra</b>	<b>34</b> personas
<b>Entierro en bóveda</b>	10 personas
<b>Enterrar las cenizas bajo un árbol</b>	10 personas
<b>Urna</b>	8 personas



<b>TOTAL</b>	62 personas
--------------	----------------

El 55% de las personas encuestadas les gustaría que la disposición final de la mascota se realizará mediante entierro en tierra, un 16% entierro en bóveda, igualmente un 16% con entierro de las cenizas bajo un árbol y por último un 13% mediante urnas.

## COMPONENTE ORGANIZACIONAL

### Nombre de la Empresa:

Alyre S.A.S Servicios Funerarios para mascotas.



### Plataforma Estratégica:

### Visión

En el 2025 ser la principal empresa proveedora de servicios funerarios para mascotas en la ciudad de Villavicencio, Integrada por un equipo altamente calificado, honesto, profesional y comprometido al servicio de sus clientes. Fortaleciendo culturalmente la relación entre humanos y mascotas.

## Misión

Brindar un servicio de calidad a las familias que sufren la pérdida de su mascota, mediante soluciones que ayuden a conmemorar y honrar la vida de aquella mascota con la cual ha compartido parte de su vida; comprometidos siempre, en brindar respeto, compromiso y excelencia.

## Diseño de los Principios Corporativos

**Respeto:** Promover el respeto en todas las actividades realizadas dentro y fuera de la empresa, velando que miembros y usuarios empleen un trato de respeto de sus derechos y dignidad entre sí.

- Brindar atención al usuario cordial y respetuosamente.

**Compromiso:** Prestar un servicio donde se garantice la efectividad en la atención de los usuarios, en escenarios de confianza y motivación que apoyen el duelo de aquellas personas que han sufrido la pérdida de su mascota.

**Responsabilidad:** Cumplir en todo momento con las actividades dentro y fuera de la empresa.

- Ofrecer un servicio de alta calidad para los clientes de la empresa.
- Sensatez y madurez en la toma de decisiones y en la ejecución de las mismas

**Excelencia:**

Brindar y atender de manera ágil el servicio solicitado por parte de los clientes.

- Calidad en los servicios funerarios ofrecidos a la comunidad.

**Tolerancia:**

Respeto por las opiniones de los demás.

- Apoyo y generosidad para escuchar y ponerse en el lugar de la otra persona.

## Propósitos Institucionales

- Mejorar y crear conciencia ecológica en la región, evitando así la contaminación ambiental y reduciendo una problemática de salud pública.

-Satisfacer la necesidad de los consumidores con la prestación de servicios funerarios de alta calidad, prestando las mejores condiciones para ofrecer y llevar a cabo las actividades de dicho servicio.

-Administrar, de manera eficiente, el talento humano y todos sus recursos físicos y financieros.

-Generar reconocimiento del servicio a la comunidad de Villavicencio, identificando y supliendo las expectativas de nuestros clientes, mediante la mejora continua del servicio; Teniendo procesos efectivos para apoyar con sensibilidad y respeto el duelo del usuario por la pérdida de su mascota.

**Diseño de la Estructura Orgánica. (Dependencias con la función básica y la denominación de los cargos y cantidades que compone cada dependencia al igual el organigrama)**

El personal de ALYRE S.A.S estará conformado por 8 personas desde una jerarquía alta al personal de apoyo de actividades. A continuación se presenta el organigrama de la empresa.




**Fuente:** Elaboración propia

La distribución del personal se realizará de la siguiente manera:

CARGO	FUNCIÓN	NUMERO EMPLEADOS
Gerente general	Responsable por la correcta dirección, organización, y control de los bienes y recursos que posee la Empresa.	1
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>		
Recursos humanos	Contratación del personal de la empresa.	1
Contabilidad	Garantizar la exactitud de las operaciones financieras. Responsable de la división administrativa. Actividades económicas/ financieras	1

<b>AREA COMERCIAL</b>		
Comercialización del servicio, así como negociaciones comerciales con los usuarios o veterinarias.		
Ventas	Promocionan el servicio de diversas formas para aumentar el número de usuarios.	<b>1</b>
Compras	Compra de materias primas para llevar a cabo el servicio.	<b>1</b>
Veterinario	Acondicionamiento del cadáver.	<b>1</b>
Operario	Traslado del cuerpo y disposición final de este. Limpieza de las áreas de la empresa.	<b>1</b>
Chofer	Traslado del cuerpo del animal.	<b>1</b>
<b>TOTAL</b>		<b>8 Personas</b>

### Manual de Funciones:

<b>ALYRE S.A.S</b> <i>“Ellos también merecen un descanso digno”</i> <b>Descripción de cargos</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo:</b> Gerente General <b>Área:</b> Gerencia General <b>Cargo al cual reporta:</b> <b>Cargos que le reportan:</b> Recursos Humanos, Contador, Jefe de Operaciones <b>Número de cargos iguales:</b> 0	
<b>NATURALEZA DEL CARGO</b>	
Planificar, controlar, dirigir y organizar todas las operaciones de la empresa para transformar la organización en un ente productivo y competitivo.	
<b>FUNCIÓN BÁSICA</b>	
Responsable por la correcta dirección, organización, y control de los bienes y recursos que posee la Empresa.	

A C T I V I D A D E S	<p>1. Elaborar estrategias para el funcionamiento adecuado de la empresa.</p> <p>2. Planeación, organización, dirección y control de procesos financiero administrativo de la empresa.</p> <p>3. Debe optimizar y gestionar la adecuada administración de los recursos de la empresa.</p> <p>4. Dar instrucciones sobre el desarrollo de cada uno de los cargos a todos los empleados de la Empresa, coordinando y orientando los procesos, velando por el cumplimiento de los mismos.</p>
---	--

#### PERFIL DEL CARGO

- **Formación académica:** Ser profesional en Administración de Empresas, Ingeniero Industrial o carreras afines.
- **Experiencia profesional:** Mínima de 2 años en cargos administrativos.
- **Competencias:** Tener conocimientos en finanzas, presupuestos, flujos de caja, proyección y manejo de personal.
- **Habilidades:** Con excelente presentación personal, dinamismo, iniciativa, fluidez verbal, excelente redacción y ortografía.

**ALYRE S.A.S**

*“Ellos también merecen un descanso digno”*



**Descripción de cargos**

#### IDENTIFICACIÓN DEL CARGO


**Nombre del cargo:** Recursos Humanos

**Área:** Administrativa

**Cargo al cual reporta:** Gerente General

**Cargos que le reportan:** Jefe de Operaciones

<b>Número de cargos iguales: 0</b>	
<b>NATURALEZA DEL CARGO</b>	
Realizar labores relacionadas con el registro, control e información de los empleados de la empresa.	
<b>FUNCIÓN BÁSICA</b>	
Responsable de la gestión de los recursos humanos de la organización.	
<b>A C T I V I D A D E S</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llevar control de la asistencia diaria del personal.</li> <li>2. Control de permisos, ausencias o tardanzas de los empleados.</li> <li>3. Organización y planificación del personal.</li> <li>4. Reclutamiento y selección de personal.</li> <li>5. Implementación de planes de carrera y promoción profesional (capacitaciones).</li> <li>6. Promover la comunicación entre la empresa y empleados.</li> </ol>
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Formación académica:</b> Poseer título de Licenciatura en una de las carreras de las ciencias económicas o sociales</li> <li>▪ <b>Experiencia profesional:</b> Mínima 1 año</li> <li>▪ <b>Competencias:</b> Liderazgo, Capacidad analítica, manejo de sistemas de la información.</li> <li>▪ <b>Habilidades:</b> Habilidad para transmitir mensajes, Asertividad para dar retroalimentación, manejo de personal.</li> </ul>	

<b>ALYRE S.A.S</b> <i>“Ellos también merecen un descanso digno”</i> <b>Descripción de cargos</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo:</b> Contador <b>Área:</b> Administrativa <b>Cargo al cual reporta:</b> Gerente General <b>Cargos que le reportan:</b> Gerente General, recursos humanos, vendedores, jefe de compras, jefe operaciones <b>Número de cargos iguales:</b> 0		
<b>NATURALEZA DEL CARGO</b>		
Elaborar los estados contables y demás obligaciones financieras de la empresa.		
<b>FUNCIÓN BÁSICA</b>		
Responder directamente por el manejo adecuado de toda la contabilidad de la Empresa y del personal de su dependencia.		
<b>A C T I V I D A D E S</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar los estados financieros, balances generales, flujo de fondos de la empresa para rendir informe a la gerencia general.</li> <li>2. Controlar todos los documentos contables que se originan de las transacciones diarias de la Empresa.</li> <li>3. Generar informes sobre la situación financiera y económica de la entidad.</li> <li>4. Tener al día los pagos legales como los pagos de retención, impuestos entre otras obligaciones</li> <li>5. Sistematizar cada uno de los movimientos contables de la empresa.</li> </ol>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>		

- **Formación académica:** Pregrado en contaduría o carreras afines.
- **Experiencia profesional:** Mínima 2 años
- **Competencias:** Conocimiento en sistemas, Uso experto de software contable, Solidez en los conocimientos y habilidades contables y administrativas
- **Habilidades:** Capacidad de análisis y síntesis, habilidad numérica, capacidad de relacionarse con otras personas.

<p><b>ALYRE S.A.S</b></p> <p><i>“Ellos también merecen un descanso digno”</i></p> <p><b>Descripción de cargos</b></p>	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<p><b>Nombre del cargo:</b> Vendedor  <b>Área:</b> Comercial  <b>Cargo al cual reporta:</b> Contador  <b>Cargos que le reportan:</b> 0  <b>Número de cargos iguales:</b> 0</p>	
<b>NATURALEZA DEL CARGO</b>	
Promoción y comercialización con usuarios que requieren el servicio prestado por la empresa.	
<b>FUNCIÓN BÁSICA</b>	
Asesorar y promocionar la venta del servicio Exequiales para animales de compañía.	



A C T I V I D A D E S	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dar a conocer el servicio ofrecido por la empresa.</li> <li>2. Entregar diariamente las órdenes de los servicios a realizar al jefe de operaciones.</li> <li>3. Asesorar al cliente.</li> <li>4. Deberá mantener una búsqueda permanente de nuevos mercados o servicios complementarios.</li> <li>5. Diligenciar y realizar un informe semanal de las ventas.</li> <li>6. Realizar y actualizar una base de datos de clientes</li> </ol>
---	--

#### PERFIL DEL CARGO

- **Formación académica:** Profesional o estudiante de últimos semestres de carreras como Administración de empresas, Mercadeo y publicidad.
- **Experiencia profesional:** Mínimo un año
- **Competencias:** Conocimiento en ventas, habilidades interpersonales, manejo de clientes y proactivo.
- **Habilidades:** tener facilidad para escuchar, capacidad de relacionarse con otras personas, poseer empatía, ser creativo y manejo de clientes bajo presión.

**ALYRE S.A.S**

*“Ellos también merecen un descanso digno”*

**Descripción de cargos**



#### IDENTIFICACIÓN DEL CARGO


**Nombre del cargo:** Jefe de Compras

**Área:** Comercial


**Cargo al cual reporta:** Contador

<b>Cargos que le reportan:</b> Jefe de Operaciones <b>Número de cargos iguales:</b> 0	
<b>NATURALEZA DEL CARGO</b>	
Compras de los artículos necesarios para el funcionamiento y realización del objeto social de la empresa.	
<b>FUNCIÓN BÁSICA</b>	
Realizar las compras para el funcionamiento y realización del objeto social de la empresa.	
<b>A C T I V I D A D E S</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buscar proveedores para realizar las compras.</li> <li>2. Analizar los proveedores y encontrar la mejor alternativa por parte de los proveedores.</li> <li>3. Realizar las compras necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa y el cumplimiento del objeto social.</li> <li>4. Entregar diariamente las órdenes de compra al contador.</li> <li>5. Realizar y actualizar una base de datos de proveedores</li> </ol>
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Formación académica:</b> Profesional o estudiante de últimos semestres de carreras como Administración de empresas, Mercadeo y publicidad.</li> <li>▪ <b>Experiencia profesional:</b> Mínimo un año en el cargo o afines.</li> <li>▪ <b>Competencias:</b> Liderazgo, Capacidad analítica, manejo de sistemas de la información.</li> <li>▪ <b>Habilidades:</b> tener facilidad para escuchar, capacidad de relacionarse con otras</li> </ul>	

personas, poseer empatía, ser creativo y proactividad.

<b>ALYRE S.A.S</b> <i>“Ellos también merecen un descanso digno”</i> <b>Descripción de cargos</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo:</b> Veterinario <b>Área:</b> Operativa <b>Cargo al cual reporta:</b> Jefe de Operaciones <b>Cargos que le reportan:</b> Operarios, Conductores <b>Número de cargos iguales:</b> 0		
<b>NATURALEZA DEL CARGO</b>		
Arreglo del cuerpo para la prestación del servicio escogido por el cliente.		
<b>FUNCIÓN BÁSICA</b>		
Preparar el cuerpo del animal ya sea para su entierro o cremación.		
<b>A C T I V I D A</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Limpiar el horno y materiales cada vez que presta un servicio.</li> <li>2. Recibir el cuerpo del animal por parte del chofer.</li> <li>3. Realizar lista de materiales necesarios para llevar a cabo el servicio.</li> <li>4. Entregar la certificación de defunción de la mascota.</li> <li>5. Llevar control de cada uno de los animales recibidos y de los servicios practicados.</li> </ol>	

<b>D E S</b>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Formación académica:</b> Profesional en medicina veterinaria</li> <li>▪ <b>Experiencia profesional:</b> Experiencia mínimo de 1 año</li> <li>▪ <b>Competencias:</b> conocimiento básico del proceso de cremación</li> <li>▪ <b>Habilidades:</b> conocimiento básico para el manejo de sustancias empleadas durante la prestación del servicio.</li> </ul>	

<p><b>ALYRE S.A.S</b></p> <p><i>“Ellos también merecen un descanso digno”</i></p> <p><b>Descripción de cargos</b></p>	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<p><b>Nombre del cargo:</b> Operarios  <b>Área:</b> Operativa  <b>Cargo al cual reporta:</b> Jefe de operaciones, Veterinario  <b>Cargos que le reportan:</b> 0  <b>Número de cargos iguales:</b> 1</p>	
<b>NATURALEZA DEL CARGO</b>	
Prestación de los servicios adquiridos por los clientes	
<b>FUNCIÓN BÁSICA</b>	

Prestar el servicio que el cliente haya ordenado para su animal de compañía.

- A**  
**C**  
**T**  
**I**  
**V**  
**I**  
**D**  
**A**  
**D**  
**E**  
**S**
1. Recibir la mascota al veterinario.
  2. Llevar la mascota para la prestación del servicio ordenado.
  3. Realizar la apertura de fosas y servicios generales en las instalaciones.
  4. Cumplir con las tareas de limpieza.
  5. Vigilar las instalaciones de la empresa, verificando que se encuentren en perfectas condiciones para la prestación de los diferentes servicios.
  6. Trasladar las urnas
  7. Solicitar los recursos necesarios para el cumplimiento de sus funciones.

#### PERFIL DEL CARGO

- **Formación académica:** Bachiller
- **Experiencia profesional:** Experiencia mínima de un año cargos afines.
- **Competencias:** compromiso, trabajo en equipo, proactivo
- **Habilidades:** manejo adecuado de los recursos, establecer relaciones positivas con las personas que trata, amabilidad y disposición para cumplir con las demás funciones que le sean asignadas.

<b>ALYRE S.A.S</b> <i>“Ellos también merecen un descanso digno”</i>	
<b>Descripción de cargos</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo:</b> Conductor <b>Área:</b> Operativa <b>Cargo al cual reporta:</b> Jefe de Operaciones, Veterinario. <b>Cargos que le reportan:</b> 0 <b>Número de cargos iguales:</b> 0	
<b>NATURALEZA DEL CARGO</b>	
Bajo supervisión inmediata conduce vehículos de la empresa para transporte de cuerpos de los animales.	
<b>FUNCIÓN BÁSICA</b>	
Recoger el cuerpo de la mascota y transportarlo a las instalaciones de la empresa.	
<b>A C T I V I D A D E S</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Coordinar el servicio para recoger la mascota al sitio indicado por el cliente.</li> <li>2. Transportar la mascota a las instalaciones de la empresa.</li> <li>3. Entregar la mascota al Médico Veterinario encargado del área de cremación.</li> <li>4. Mantener en perfecto estado los elementos de trabajo que utiliza para desempeñar su trabajo.</li> </ol>
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Formación académica:</b> Ser Bachiller y acreditar licencia de conducción.</li> <li>▪ <b>Experiencia profesional:</b> Mínimo 1 año.</li> <li>▪ <b>Competencias:</b> Conocimiento básico de mecánica, conocimiento del</li> </ul>	



reglamento de tránsito.

- **Habilidades:** Capacidad de escuchar y expresarse de manera clara y directa, Trabajo en equipo.

### Forma de Contratación del personal

La contratación del personal se realizará de forma escrita. Según la duración del contrato utilizaremos el de tiempo indeterminado o indefinido; debido a que se necesitan los servicios de un trabajador para cubrir las necesidades permanentes del negocio.

El contrato será firmado por el patrón y por el trabajador, y se realiza un duplicado y se entregará un ejemplar a cada uno de ellos. Se especificarán las condiciones de trabajo.

### Forma Jurídica de formalizar el Negocio.

El negocio se formalizará bajo el tipo de sociedad S.A.S. Ya que tiene facilidades para su creación y para el manejo del negocio. Además que dentro de los tipos de sociedad es el que más nos interesó por las ventajas que tiene para su constitución y asociación.

## COMPONENTE FINANCIERO

### Plan de Inversión:

TERRENO/ADECUACION			
Descripción	Cantidad	Precio	TOTAL
Terreno	1	\$100,000,000	\$100,000,000
Construcción		\$60,000,000	\$60,000,000
Adecuación Laboratorio	1	\$7,000,000	\$7,000,000
		<b>TOTAL</b>	\$167,000,000

<b>INVERSION EN MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>Descripcion</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>TOTAL</b>
Horno crematorio	1	\$ 60,000,000	\$ 60,000,000
Vehiculo	1	\$ 15,000,000	\$ 15,000,000
Sistema de refrigeracion	1	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 85,000,000</b>

<b>INVERSION EN MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Descripcion</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>TOTAL</b>
Estación de Trabajo Terra Moduart	2	\$ 370,000	\$ 740,000
Escritorio Santander	4	\$ 309,900	\$ 1,239,600
Silla Escritorio Cromada	2	\$ 269,900	\$ 539,800
Silla ejecutiva cromada	4	\$ 147,900	\$ 591,600
Archivador Toscana (4 puestos)	5	\$ 209,000	\$ 1,045,000
Papeleras	6	\$ 10,000	\$ 60,000
Telefono alambrico Panasonic	6	\$ 34,900	\$ 209,400
Sofa+ Mesa	1	\$ 500,000	\$ 500,000
Extintor 5 Lb	3	\$ 22,900	\$ 68,700
Papeleria		\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Tv 32" Challenger	1	\$ 500,000	\$ 500,000
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6,494,100</b>

<b>INVERSION EQUIPO DE COMPUTO</b>			
<b>Descripcion</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>TOTAL</b>
Computador de escritorio PCSmart	3	\$ 1,249,000	\$ 3,747,000
Multifuncional Fax Canon	3	\$ 179,000	\$ 537,000
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4,284,000</b>



INVERSION HERRAMIENTAS			
Descripcion	Cantidad	Precio	TOTAL
Machete	6	\$ 15,900	\$ 95,400
Azadon	6	\$ 26,000	\$ 156,000
Pala Redonda	6	\$ 29,900	\$ 179,400
Pica	6	\$ 15,000	\$ 90,000
		TOTAL	\$ 520,800

Estrategias			
Descripcion	Cantidad	Precio	TOTAL
Estrategia Servicio			\$ 7,700,000
Estrategia promocion y comunicaci3n			\$ 2,215,000
Estrategia de Plaza			\$ 700,000
Publicidad			\$ 1,315,000
		TOTAL	\$ 11,930,000

MATERIA PRIMA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Urna Corazon	70	\$98,000	\$ 6,860,000
Urna clasica Huellitas	60	\$118,000	\$ 7,080,000
Urna Figura Gato	30	\$138,000	\$ 4,140,000
Vela y Urna	30	\$98,000	\$ 2,940,000
Caja cenizario Grande	30	\$40,000	\$1,200,000
Caja cenizario medina	30	\$28,000	\$840,000
Caja cenizario peque1a	20	\$15,000	\$300,000
Caja Madera Grande	100	\$120,000	\$12,000,000
Caja Madera Mediana	60	\$70,000	\$4,200,000
Caja Madera Peque1a	60	\$40,000	\$2,400,000
Descuento			<b>-\$8,314,775</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 33,645,225</b>

CARGO	SALARIO	AUX TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	INTERESES				VACACIONES 4%	PRIMA 8%	CESANTIAS			PENSIÓN 12%	RIESGOS 0.522%	COPREM 4%	ICBEF 3%	SENA 2%	TOTAL	TOTAL SUELDO + PRESTACIONES	TOTAL AÑO
				1%	8.5%	12%	1%			8.5%	12%									
GERENTE GENERAL	\$ 2,000,000	0	\$ 2,000,000	\$83,333	\$166,667	\$20,000	\$170,000	\$240,000	\$10,440	\$80,000	\$60,000	\$1,037,107	\$3,037,107	\$36,445,280						
AUXILIAR RECURSOS HUMANOS	\$ 644,350	\$74,000	\$ 718,350	\$29,931	\$59,863	\$7,484	\$61,060	\$86,202	\$3,750	\$28,734	\$21,551	\$14,367,000	\$372,503	\$1,090,853	\$13,090,233					
COORDINADOR OPERATIVO	\$ 1,400,000	\$74,000	\$ 1,474,000	\$61,417	\$122,833	\$14,740	\$125,290	\$176,880	\$7,694	\$58,960	\$44,220	\$29,480,000	\$764,348	\$2,238,348	\$26,860,171					
ASISTENTE COMERCIAL	\$ 750,000	\$74,000	\$ 824,000	\$34,333	\$68,667	\$8,240	\$70,040	\$98,880	\$4,301	\$32,960	\$24,720	\$16,480,000	\$427,288	\$1,251,288	\$15,015,455					
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	\$ 700,000	\$74,000	\$ 774,000	\$32,250	\$64,500	\$7,740	\$65,790	\$92,880	\$4,040	\$30,960	\$23,220	\$15,480,000	\$401,360	\$1,175,360	\$14,104,323					
COORDINADOR ADMINISTRATIVO	\$ 1,400,000	\$74,000	\$ 1,474,000	\$61,417	\$122,833	\$14,740	\$125,290	\$176,880	\$7,694	\$58,960	\$44,220	\$29,480,000	\$764,348	\$2,238,348	\$26,860,171					
OPERARIO	\$ 700,000	\$74,000	\$ 774,000	\$32,250	\$64,500	\$7,740	\$65,790	\$92,880	\$4,040	\$30,960	\$23,220	\$15,480,000	\$401,360	\$1,175,360	\$14,104,323					
CONDUCTOR	\$ 700,000	\$74,000	\$ 774,000	\$32,250	\$64,500	\$7,740	\$65,790	\$92,880	\$4,040	\$30,960	\$23,220	\$15,480,000	\$401,360	\$1,175,360	\$14,104,323					
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8,294,350</b>	<b>\$518,000</b>	<b>\$ 8,812,350</b>	<b>\$367,181</b>	<b>\$734,363</b>	<b>\$88,124</b>	<b>\$749,050</b>	<b>\$1,057,482</b>	<b>\$46,000</b>	<b>\$352,494</b>	<b>\$264,371</b>	<b>\$176,247</b>	<b>\$4,569,673</b>	<b>\$13,382,023</b>	<b>\$160,584,282</b>					

SERVICIOS PUBLICOS		
Descripcion	Valor Mes	Valor Año
Energia	\$100,000	\$1,200,000
Agua	\$80,000	\$960,000
Gas	\$300,000	\$3,600,000
Telefono+Internet	\$85,000	\$1,020,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$565,000</b>	<b>\$6,780,000</b>

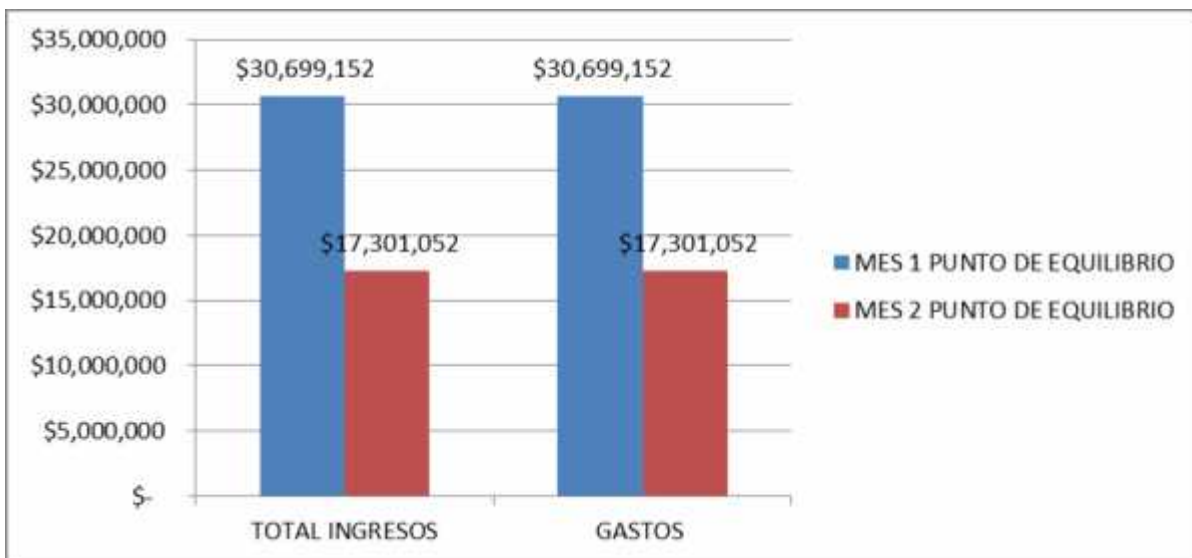
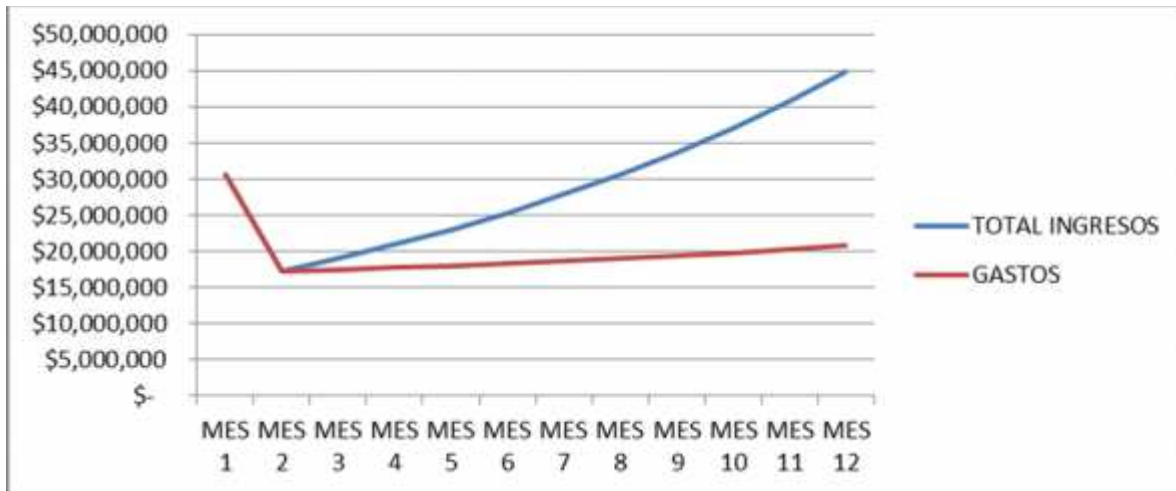
INVERSION INICIAL	
TERRENO/ADECUACION	\$ 167,000,000
INVERSION EN MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 85,000,000
INVERSION EN MUEBLES Y ENSERES	\$ 6,494,100
INVERSION EQUIPO DE COMPUTO	\$ 4,284,000
INVERSION HERRAMIENTAS	\$ 520,800
Estrategias	\$ 11,930,000
MATERIA PRIMA	\$ 33,645,225
EFFECTIVO	\$ 15,000,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 323,874,125</b>

El valor total de la inversión sería de \$323.874.125 COP.

El valor de la nómina mensual es de \$13.382.023 COP, teniendo en cuenta los descuentos y provisiones mensuales. Y el costo total de la nómina anual es de \$160.584.282 COP. Hay que tener en cuenta que en estos valores no se tiene en cuenta las comisiones de 3% en ventas para los Asistentes comerciales.

Proyección de ventas:

	MES 1 PUNTO DE EQUILIBRIO	MES 2 PUNTO DE EQUILIBRIO	MES 3 INCREMENTO VENTAS 10%	MES 4 INCREMENTO VENTAS 10%	MES 5 INCREMENTO VENTAS 10%	MES 6 INCREMENTO VENTAS 10%	MES 7 INCREMENTO VENTAS 10%	MES 8 INCREMENTO VENTAS 10%	MES 9 INCREMENTO VENTAS 10%	MES 10 INCREMENTO VENTAS 10%	MES 11 INCREMENTO VENTAS 10%	MES 12 INCREMENTO VENTAS 10%
Ventas	\$ 29,400,992	\$ 16,569,451	\$ 18,226,396	\$ 20,049,036	\$ 22,053,939	\$ 24,259,333	\$ 26,685,266	\$ 29,353,793	\$ 32,289,172	\$ 35,518,089	\$ 39,069,898	\$ 42,976,888
Otros Ingresos	\$ 1,298,160	\$ 731,601	\$ 804,761	\$ 885,237	\$ 973,761	\$ 1,071,137	\$ 1,178,251	\$ 1,296,076	\$ 1,425,684	\$ 1,568,252	\$ 1,725,077	\$ 1,897,585
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 30,699,152</b>	<b>\$ 17,301,052</b>	<b>\$ 19,031,157</b>	<b>\$ 20,934,273</b>	<b>\$ 23,027,700</b>	<b>\$ 25,330,470</b>	<b>\$ 27,863,517</b>	<b>\$ 30,649,869</b>	<b>\$ 33,714,856</b>	<b>\$ 37,086,342</b>	<b>\$ 40,794,976</b>	<b>\$ 44,874,473</b>
<b>GASTOS</b>	<b>\$ 30,699,152</b>	<b>\$ 17,301,052</b>	<b>\$ 17,516,455</b>	<b>\$ 17,753,398</b>	<b>\$ 18,014,036</b>	<b>\$ 18,300,737</b>	<b>\$ 18,616,108</b>	<b>\$ 18,963,017</b>	<b>\$ 19,344,616</b>	<b>\$ 19,764,375</b>	<b>\$ 20,226,110</b>	<b>\$ 20,734,019</b>
Costo de Ventas	\$ 2,940,099	\$ 1,656,945	\$ 1,822,640	\$ 2,004,904	\$ 2,205,394	\$ 2,425,933	\$ 2,668,527	\$ 2,935,379	\$ 3,228,917	\$ 3,551,809	\$ 3,906,990	\$ 4,297,689
SALARIOS + PRESTACIONES	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023
SERVICIOS	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000
PUBLICIDAD	\$ 11,930,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000
COMISIONES	\$ 882,030	\$ 497,084	\$ 546,792	\$ 601,471	\$ 661,618	\$ 727,780	\$ 800,558	\$ 880,614	\$ 968,675	\$ 1,065,543	\$ 1,172,097	\$ 1,289,307
DEPRECIACIONES	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 1,514,702</b>	<b>\$ 3,180,875</b>	<b>\$ 5,013,665</b>	<b>\$ 7,029,734</b>	<b>\$ 9,247,409</b>	<b>\$ 11,686,853</b>	<b>\$ 14,370,240</b>	<b>\$ 17,321,967</b>	<b>\$ 20,568,866</b>	<b>\$ 24,140,454</b>



### PROYECCIÓN DE VENTAS

<b>AÑO</b>	<b>VENTAS</b>	<b>OTROS INGRESOS</b>	<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>GASTOS</b>	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>
1	\$ 336,452,253.91	\$ 14,855,584.91	\$ 351,307,838.82	\$ 237,233,074.61	\$ 114,074,764.21
2	\$ 370,097,479.30	\$ 16,341,143.40	\$ 386,438,622.70	\$ 237,364,728.34	\$ 149,073,894.36
3	\$ 407,107,227.23	\$ 17,975,257.74	\$ 425,082,484.97	\$ 249,232,964.76	\$ 175,849,520.21
4	\$ 447,817,949.95	\$ 19,772,783.52	\$ 467,590,733.47	\$ 261,694,613.00	\$ 205,896,120.47
5	\$ 492,599,744.95	\$ 21,750,061.87	\$ 514,349,806.82	\$ 274,779,343.65	\$ 239,570,463.17

Las ventas del primer mes para obtener un punto de equilibrio deberían ser de \$30.699.152 COP, debido a que se tiene en cuenta el gasto inicial de publicidad que es de \$11.930.000 COP. Para el segundo mes el punto de equilibrio en ventas pasa a \$17.301.052 COP debido a una disminución en el valor de publicidad. Ya que el gasto en publicidad se establecería en \$200.000 COP para los meses restantes. Se proyecta un incremento mensual del 10% en ventas por año. Se calculó un incremento de los gastos del 5%.

SERVICIO	UNIDAD	CAPACIDAD X AÑO	PRECIO PROMEDIO	SERVICIOS POR AÑO					TOTAL
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
ENTIERROS	1 METRO	1000 M2	\$ 550,000	612	673	740	814	896	3735
CREMACION (SIN DC)	1 SERVICIO X HORA	2496	\$ 200,000	1682	1850	2036	2239	2463	10270
CREMACION (CON DC)	1 SERVICIO X HORA	2496	\$ 600,000	561	617	679	746	821	3423

Esta relación de ventas se hace de acuerdo a los resultados del estudio de mercado. Tomando como referencia el porcentaje (%) de cada servicio para ver su participación de las ventas y la capacidad instalada a un precio promedio de acuerdo a la investigación de mercado.

## Flujo de Efectivo:

ENTRADAS DE EFECTIVO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
DINERO DISPONIBLES AL INICIO DEL MES	\$ 15,000,000	\$ 16,050,782	\$ 17,050,782	\$ 19,565,484	\$ 23,746,359	\$ 29,760,024	\$ 37,789,757	\$ 48,037,167	\$ 60,724,019	\$ 76,094,259	\$ 94,416,226	\$ 115,985,091
VENTAS	\$ 29,400,992	\$ 16,569,451	\$ 18,226,396	\$ 20,049,036	\$ 22,053,939	\$ 24,259,333	\$ 26,685,266	\$ 29,353,793	\$ 32,289,172	\$ 35,518,089	\$ 39,069,898	\$ 42,976,888
OTROS INGRESOS	\$ 1,298,160	\$ 731,601	\$ 804,761	\$ 885,237	\$ 973,761	\$ 1,071,137	\$ 1,178,251	\$ 1,296,076	\$ 1,425,684	\$ 1,568,252	\$ 1,725,077	\$ 1,897,585
<b>TOTAL INGRESO BRUTO MENSUAL</b>	<b>\$ 45,699,152</b>	<b>\$ 33,351,834</b>	<b>\$ 36,081,939</b>	<b>\$ 40,499,757</b>	<b>\$ 46,774,059</b>	<b>\$ 55,090,494</b>	<b>\$ 65,653,275</b>	<b>\$ 78,687,036</b>	<b>\$ 94,438,875</b>	<b>\$ 113,180,601</b>	<b>\$ 135,211,202</b>	<b>\$ 160,859,565</b>
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>												
OTROS COSTOS	\$ 2,940,099	\$ 1,656,945	\$ 1,822,640	\$ 2,004,904	\$ 2,205,394	\$ 2,425,933	\$ 2,668,527	\$ 2,935,379	\$ 3,228,917	\$ 3,551,809	\$ 3,906,990	\$ 4,297,689
SALARIOS + PRESTACIONES	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023	\$ 13,382,023
SERVICIOS	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000	\$ 565,000
PUBLICIDAD	\$ 11,930,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000
COMISIONES	\$ 831,248	\$ 497,084	\$ 546,792	\$ 601,471	\$ 661,618	\$ 727,780	\$ 800,558	\$ 880,614	\$ 968,675	\$ 1,065,543	\$ 1,172,097	\$ 1,289,307
IMPUESTOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 38,785,420
<b>Total Salidas de efectivo en el solo mes</b>	<b>\$ 29,648,371</b>	<b>\$ 16,301,052</b>	<b>\$ 16,516,455</b>	<b>\$ 16,753,398</b>	<b>\$ 17,014,036</b>	<b>\$ 17,300,737</b>	<b>\$ 17,616,108</b>	<b>\$ 17,963,017</b>	<b>\$ 18,344,616</b>	<b>\$ 18,764,375</b>	<b>\$ 19,226,110</b>	<b>\$ 58,519,439</b>
<b>Sobrante (o faltante) del solo mes</b>	<b>\$ 16,050,782</b>	<b>\$ 17,050,782</b>	<b>\$ 19,565,484</b>	<b>\$ 23,746,359</b>	<b>\$ 29,760,024</b>	<b>\$ 37,789,757</b>	<b>\$ 48,037,167</b>	<b>\$ 60,724,019</b>	<b>\$ 76,094,259</b>	<b>\$ 94,416,226</b>	<b>\$ 115,985,091</b>	<b>\$ 102,340,126</b>
<b>Dinero líquido disponible al final del año</b>												
<b>(en las cuentas bancarias, o en Cajas)</b>	<b>\$ 16,050,782</b>	<b>\$ 17,050,782</b>	<b>\$ 19,565,484</b>	<b>\$ 23,746,359</b>	<b>\$ 29,760,024</b>	<b>\$ 37,789,757</b>	<b>\$ 48,037,167</b>	<b>\$ 60,724,019</b>	<b>\$ 76,094,259</b>	<b>\$ 94,416,226</b>	<b>\$ 115,985,091</b>	<b>\$ 102,340,126</b>

## FLUJO DE CAJA PROYECTADO

ENTRADAS DE EFECTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DINERO DISPONIBLES AL INICIO DEL AÑO	\$ 15,000,000.00				
VENTAS	\$ 336,452,253.91	\$ 370,097,479.30	\$ 407,107,227.23	\$ 447,817,949.95	\$ 492,599,744.95
OTROS INGRESOS	\$ 14,855,584.91	\$ 16,341,143.40	\$ 17,975,257.74	\$ 19,772,783.52	\$ 21,750,061.87
<b>TOTAL INGRESO BRUTO</b>	<b>\$ 366,307,838.82</b>	<b>\$ 386,438,622.70</b>	<b>\$ 425,082,484.97</b>	<b>\$ 467,590,733.47</b>	<b>\$ 514,349,806.82</b>
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>					
OTROS COSTOS	\$ 33,645,225.39	\$ 35,327,486.66	\$ 37,093,860.99	\$ 38,948,554.04	\$ 40,895,981.75
SALARIOS + PRESTACIONES	\$ 160,584,281.60	\$ 168,613,495.68	\$ 177,044,170.47	\$ 185,896,378.99	\$ 195,191,197.94
SERVICIOS	\$ 6,780,000.00	\$ 7,119,000.00	\$ 7,474,950.00	\$ 7,848,697.50	\$ 8,241,132.38
PUBLICIDAD	\$ 14,130,000.00	\$ 3,106,500.00	\$ 3,261,825.00	\$ 3,424,916.25	\$ 3,596,162.06
COMISIONES	\$ 10,093,567.62	\$ 10,598,246.00	\$ 11,128,158.30	\$ 11,684,566.21	\$ 12,268,794.52
IMPUESTOS	\$ 38,785,419.83	\$ 50,685,124.08	\$ 59,788,836.87	\$ 70,004,680.96	\$ 81,453,957.48
Reserva legal	\$ 7,528,934.44	\$ 9,838,877.03	\$ 11,606,068.33	\$ 13,589,143.95	\$ 15,811,650.57
<b>Total Salidas de efectivo en el año</b>	<b>\$ 271,547,428.88</b>	<b>\$ 275,449,852.42</b>	<b>\$ 295,791,801.63</b>	<b>\$ 317,807,793.96</b>	<b>\$ 341,647,226.13</b>
Saldo (entradas-salidas)	\$ 94,760,409.94	\$ 110,988,770.28	\$ 129,290,683.34	\$ 149,782,939.51	\$ 172,702,580.69
Saldo inicial	\$ -	\$ 94,760,409.94	\$ 205,749,180.22	\$ 335,039,863.56	\$ 484,822,803.07
<b>Saldo Final</b>	<b>\$ 94,760,409.94</b>	<b>\$ 205,749,180.22</b>	<b>\$ 335,039,863.56</b>	<b>\$ 484,822,803.07</b>	<b>\$ 657,525,383.76</b>

## Estado de Resultados Projectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 336,452,253.91	\$ 370,097,479.30	\$ 407,107,227.23	\$ 447,817,949.95	\$ 492,599,744.95
Otros Ingresos	\$ 14,855,584.91	\$ 16,341,143.40	\$ 17,975,257.74	\$ 19,772,783.52	\$ 21,750,061.87
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 351,307,838.82</b>	<b>\$ 386,438,622.70</b>	<b>\$ 425,082,484.97</b>	<b>\$ 467,590,733.47</b>	<b>\$ 514,349,806.82</b>
<b>GASTOS</b>	<b>\$ 237,233,074.61</b>	<b>\$ 237,364,728.34</b>	<b>\$ 249,232,964.76</b>	<b>\$ 261,694,613.00</b>	<b>\$ 274,779,343.65</b>
Costo de Ventas	\$ 33,645,225.39	\$ 35,327,486.66	\$ 37,093,860.99	\$ 38,948,554.04	\$ 40,895,981.75
SALARIOS + PRESTACIONES	\$ 160,584,281.60	\$ 168,613,495.68	\$ 177,044,170.47	\$ 185,896,378.99	\$ 195,191,197.94
SERVICIOS	\$ 6,780,000.00	\$ 7,119,000.00	\$ 7,474,950.00	\$ 7,848,697.50	\$ 8,241,132.38
PUBLICIDAD	\$ 14,130,000.00	\$ 3,106,500.00	\$ 3,261,825.00	\$ 3,424,916.25	\$ 3,596,162.06
COMISIONES	\$ 10,093,567.62	\$ 10,598,246.00	\$ 11,128,158.30	\$ 11,684,566.21	\$ 12,268,794.52
DEPRECIACIONES	\$ 12,000,000.00	\$ 12,600,000.00	\$ 13,230,000.00	\$ 13,891,500.00	\$ 14,586,075.00
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 114,074,764.21</b>	<b>\$ 149,073,894.36</b>	<b>\$ 175,849,520.21</b>	<b>\$ 205,896,120.47</b>	<b>\$ 239,570,463.17</b>
IMPUESTOS	\$ 38,785,419.83	\$ 50,685,124.08	\$ 59,788,836.87	\$ 70,004,680.96	\$ 81,453,957.48
<b>UTILIDAD LIQUIDA</b>	<b>\$ 75,289,344.38</b>	<b>\$ 98,388,770.28</b>	<b>\$ 116,060,683.34</b>	<b>\$ 135,891,439.51</b>	<b>\$ 158,116,505.69</b>
RESERVA LEGAL	\$ 7,528,934.44	\$ 9,838,877.03	\$ 11,606,068.33	\$ 13,589,143.95	\$ 15,811,650.57
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 67,760,409.94</b>	<b>\$ 88,549,893.25</b>	<b>\$ 104,454,615.01</b>	<b>\$ 122,302,295.56</b>	<b>\$ 142,304,855.12</b>

## Balance General Projectado:

ACTIVO	INICAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$48,645,225.39</b>	<b>\$141,074,764.21</b>	<b>\$256,434,304.30</b>	<b>\$394,828,700.43</b>	<b>\$554,827,484.03</b>	<b>\$738,979,341.24</b>
Caja	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Bancos	\$15,000,000.00	\$ 141,074,764.21	\$ 256,434,304.30	\$ 394,828,700.43	\$ 554,827,484.03	\$ 738,979,341.24
Inventarios	\$33,645,225.39	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>\$263,298,900.00</b>	<b>\$251,298,900.00</b>	<b>\$238,698,900.00</b>	<b>\$225,468,900.00</b>	<b>\$211,577,400.00</b>	<b>\$196,991,325.00</b>
Terreno	\$100,000,000.00	\$100,000,000.00	\$100,000,000.00	\$100,000,000.00	\$100,000,000.00	\$100,000,000.00
Construcción	\$67,000,000.00	\$67,000,000.00	\$67,000,000.00	\$67,000,000.00	\$67,000,000.00	\$67,000,000.00
Maquinaria y equipo	\$85,520,800.00	\$85,520,800.00	\$85,520,800.00	\$85,520,800.00	\$85,520,800.00	\$85,520,800.00
Muebles y enseres	\$6,494,100.00	\$6,494,100.00	\$6,494,100.00	\$6,494,100.00	\$6,494,100.00	\$6,494,100.00
Equipo de computo	\$4,284,000.00	\$4,284,000.00	\$4,284,000.00	\$4,284,000.00	\$4,284,000.00	\$4,284,000.00
Depreciaciones	\$0.00	\$ 12,000,000.00	\$ 24,600,000.00	\$ 37,830,000.00	\$ 51,721,500.00	\$ 66,307,575.00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$311,944,125.39</b>	<b>\$392,373,664.21</b>	<b>\$495,133,204.30</b>	<b>\$620,297,600.43</b>	<b>\$766,404,884.03</b>	<b>\$935,970,666.24</b>
<b>PASIVO</b>						
Proveedores	\$33,645,225.39	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Cuentas por pagar	\$0.00	\$ 38,785,419.83	\$ 50,685,124.08	\$ 59,788,836.87	\$ 70,004,680.96	\$ 81,453,957.48
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$33,645,225.39</b>	<b>\$38,785,419.83</b>	<b>\$50,685,124.08</b>	<b>\$59,788,836.87</b>	<b>\$70,004,680.96</b>	<b>\$81,453,957.48</b>
<b>PATRIOMONIO</b>						
Capital social	\$278,298,900.00	\$278,298,900.00	\$278,298,900.00	\$278,298,900.00	\$278,298,900.00	\$278,298,900.00
Utilidad del ejercicio años anteriores	\$0.00		\$ 67,760,409.94	\$ 156,310,303.19	\$ 260,764,918.20	\$ 383,067,213.76
Utilidad del ejercicio	\$0.00	\$ 67,760,409.94	\$ 88,549,893.25	\$ 104,454,615.01	\$ 122,302,295.56	\$ 142,304,855.12
Reserva Legal	\$0.00	\$ 7,528,934.44	\$ 9,838,877.03	\$ 21,444,945.36	\$ 35,034,089.31	\$ 50,845,739.88
<b>TOTAL PATRIOMONIO</b>	<b>\$278,298,900.00</b>	<b>\$353,588,244.38</b>	<b>\$444,448,080.22</b>	<b>\$560,508,763.56</b>	<b>\$696,400,203.07</b>	<b>\$854,516,708.76</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIOMONIO</b>	<b>\$311,944,125.39</b>	<b>\$392,373,664.21</b>	<b>\$495,133,204.30</b>	<b>\$620,297,600.43</b>	<b>\$766,404,884.03</b>	<b>\$935,970,666.24</b>

TIO	10.00%			
<b>PERIODO</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>VPN</b>	<b>VPN ACUMULADO</b>	<b>TIR</b>
0	-\$ 323,874,125.39		-\$ 323,874,125.39	
1	\$ 94,760,409.94	\$ 86,145,827.22	(\$ 237,728,298.17)	
2	\$ 110,988,770.28	\$ 91,726,256.43	(\$ 146,002,041.75)	
3	\$ 129,290,683.34	\$ 97,138,004.01	(\$ 48,864,037.73)	
4	\$ 149,782,939.51	\$ 102,303,763.07	\$ 53,439,725.34	
5	\$ 172,702,580.69	\$ 107,234,714.90	\$ 160,674,440.24	<b>25.96%</b>

Con una tasa de interés de oportunidad del 10% se calcula que para el 4 año se ha recuperado la inversión inicial. Y la TIR que genera la inversión es del 25.96%. Con lo cual la idea de negocio es viable. Al contar con una capacidad instalada que cubre las proyecciones de ventas del negocio, de acuerdo las condiciones del mercado se pueden incrementar las ventas, con lo cual el flujo de efectivo se incrementa y permitiría recuperar la inversión en un menor tiempo.

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>RENTABILIDAD EN LA INVERSION (UTILIDAD LIQUIDA/TOTAL ACTIVO)</b>	19.19%	19.87%	18.71%	17.73%	16.89%
<b>MARGEN NETO DE GANANCIA (UTILIDAD LIQUIDA/TOTAL INGRESOS)</b>	21.43%	25.46%	27.30%	29.06%	30.74%
<b>MARGEN DE OPERACIÓN (UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO/TOTAL INGRESOS)</b>	32.47%	38.58%	41.37%	44.03%	46.58%
<b>RENTABILIDAD DE CAPITAL (UTILIDAD LIQUIDA/PATRIMONIO)</b>	32.26%	33.54%	31.37%	29.57%	28.04%
<b>NIVEL DE ENDEUDAMIENTO</b>	9.88%	10.24%	9.64%	9.13%	8.70%

Por cada peso que la empresa genera en ventas se obtienen 19.19 pesos para el primer año. Y al final de los 5 años se obtienen \$16.89 pesos.

El margen neto de ganancia pasa del 21.43% en el año 1 al 30.74% para el año 5. Teniendo en cuenta que las ventas se tienen proyectadas para un incremento superior al incremento que se proyectan los gastos.

El capital tiene una rentabilidad para el primer año del 32.26%, para el año 5 sería del 28.04% pero hay que tener en cuenta que es decisión de los inversores la distribución de las utilidades cada año, con lo cual se podría reinvertir en el negocio, mediante la venta de artículos complementarios u otros servicios que permitan obtener un mayor crecimiento de los ingresos totales con respecto a los gastos, de esta forma el capital aumentaría su rentabilidad.

El nivel de endeudamiento es bueno ya que no supera el 10% y esto permite a la empresa cubrir sus deudas en corto plazo y no generar pasivo a largo plazo.