

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA



**ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

TALLER DE GRADO II

TITULO:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES FÚNEBRES METÁLICOS CON SEDE EN
LA CIUDAD DE BOGOTÁ”**

**BOGOTA D.C
NOVIEMBRE
2011**

TABLA DE CONTENIDO

Introducción

- 1.1. *Planteamiento del problema.*
- 1.2. *Antecedentes.*
- 1.3. *Justificación del Proyecto.*
- 1.4. *Impacto Ambiental, La preservación.*
- 1.5. *Objetivo general.*
- 1.6. *Objetivos específicos.*

Análisis del Mercado: Investigación y Estrategia de Mercados.

- 2.1. *El Producto.*
- 2.2. *Características del Producto.*
- 2.3. *Ventajas Comparativas o Competitivas.*
- 2.4. *Nombre de la Empresa, del Producto y/o Servicio.*
- 2.5. *Análisis de la Categoría.*
- 2.6. *Análisis del Macro entorno (Externo).*
 - 2.6.1. *Análisis Económico.*
 - 2.6.2. *Análisis Tecnológico.*
 - 2.6.3. *Análisis Político – Legal.*
 - 2.6.4. *Análisis Socio – Cultural.*

- 2.7. *Barreras de Entrada y Barreras de Salida.*
- 2.8. *Evaluación del Micro entorno (Interno).*
 - 2.8.1. *Análisis de los Clientes y Tamaño del mercado.*
 - 2.8.2. *Segmento Objetivo.*
 - 2.8.3. *Análisis de la Competencia.*
 - 2.8.4. *Análisis de los Proveedores.*
- 2.9. *Análisis D.O.F.A.*
- 2.10. *Estrategias de Mercado.*
 - 2.10.1. *El producto o Servicio.*
 - 2.10.2. *Estrategia de Precios.*
 - 2.10.3. *Estrategia de Distribución.*
 - 2.10.4. *Estrategia Promocional.*
 - 2.10.5. *Estrategia de comunicación.*
- 2.11. *Política de servicio.*

Análisis Técnico.

- 3.1. *Análisis del Producto o Servicio.*
- 3.2. *Localización del Negocio.*
- 3.3. *Equipos y Maquinaria.*
- 3.4. *Necesidades de Personal.*

3.5. *Plan de Producción.*

Análisis Administrativo: Sistema de Negocios y Organización.

4.1. *Análisis Estratégico y Definición de Objetivos.*

4.2. *Plan Estratégico.*

4.3. *Organización.*

Análisis Económico

5.1. *Inversión en Activos Fijos.*

5.2. *Inversión en Capital De Trabajo.*

5.3. *Presupuesto de Ingresos.*

5.4. *Presupuesto de Materia Primas, Servicios e Insumos.*

5.5. *Presupuesto de Personal.*

5.6. *Análisis de Costos*

Análisis Financiero

6.1. *Flujo de Caja.*

6.2. *Estado de Resultados.*

6.3. *Balance.*

6.4. *Tasa Interna de Retorno (TIR).*

6.5. *Periodo de Recuperación de la Inversión.*

7.0 *Conclusiones.*

7.1. *Resumen Ejecutivo.*

7.2. *Bibliografía.*

Anexos

8.0 *Índice de Tablas.*

8.1 *Modelo de análisis financiero Excel.*

DEFINICION DE LA IDEA

“Plan de negocios para una empresa productora y comercializadora de ataúdes fúnebres metálicos con sede en la ciudad de Bogotá”

Por medio del siguiente trabajo se realizará un plan de negocios para aplicar el estudio emprendedor a la creación de una empresa productora y comercializadora de ataúdes fúnebres metálicos en la ciudad de Bogotá, con el objetivo principal de contar con la mayor competitividad y rentabilidad para el negocio, teniendo en cuenta las diferentes variables que influyen en desarrollo del proyecto.

ALCANCE DEL PROYECTO

El presente plan ira hasta la estructuración del proyecto de manera formalizada, para de esta forma poder documentarlo y dar a conocer datos organizados del negocio para atender el mercado nacional colombiano, más especialmente el de la ciudad de Bogotá. El éxito de este proyecto se basa en la viabilidad de la creación de una empresa.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los ataúdes metálicos en Colombia son una novedad ya que esta línea de producto no está consolidada en el país, su utilización no es muy generalizada, por lo que no hay oferta de este producto en nuestro país; Existen empresas artesanales que no cumplen la demanda del país, además que la idea principal del producto, es hacer de él, lo mejor es decir crear un ataúd metálico de calidad, teniendo como foco base sus acabados, presentación y precio, entre otras mejoras que se pueden adicionar al producto con el tiempo y que se darán a conocer en el desarrollo del proyecto.

También es importante saber el porqué de los materiales lo cual hace pensar en la innovación, ya que la creación de ataúdes fúnebres de madera sería realmente costosa ya que la comercialización y obtención de madera no es algo sencillo por los problemas culturales que implica como la deforestación de bosques, además del los problemas ecológicos que esta implica, como las contaminaciones en los cementerios, que afectan las tierras cercanas al mismo.

A continuación se dará a conocer algunos datos publicados por el DANE, que son puntos de referencia para la elaboración del trabajo. Cabe destacar que la mayoría de estadísticas a las cuales hacen referencia en los siguientes párrafos se ven reflejadas en los anexos del trabajo.

En Colombia, el Ministerio de Salud y Protección Social publicó los indicadores correspondientes a diez años de estadísticas (MINISTERIO DE SALUD. La Salud en Colombia. Diez años de información. Ministerio de salud, Dirección de Sistemas de Información. Santafé de Bogotá, DC. Colombia. 1994.), donde se presenta un análisis de la mortalidad según diez estratos del indicador síntesis de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), en el que se plantea que existe una alta correlación entre mortalidad y grado de urbanización, medida como concentración de población. Igualmente, mencionan que durante 1985, año de referencia del análisis, no encontraron en el país, ningún municipio en el rango de 0 a 9.9% de NBI y había sólo tres en el rango de 10 a 19.9 % de NBI y que en los rangos entre 20 a 29.9% y 30 a 39% de NBI, se ubicaron las ciudades capitales y algunas ciudades intermedia.

Las NBI (MUÑOZ M. DANE. Boletín de estadística No. 507/junio de 1995; Los indicadores de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI). || MUNOZ M., HIVAS O., DANE Boletín de estadística No. 520/junio de 1996: Evolución de la Pobreza en Colombia. Medida por NBI, 1991.1993 - 4995.) Se definen como "las carencias que tienen los hogares en ciertos bienes y servicios que se consideran básicos para su subsistencia". Este indicador refleja y mide las carencias que tienen los hogares en ciertos bienes y servicios que se consideran esenciales para la subsistencia de sus miembros. Mediante este indicador se pretende identificar la proporción de personas que no pueden disfrutar de bienes y servicios que la sociedad considera básicos. En la actualidad, el DANE se encuentra elaborando nuevos indicadores de NBI, más acordes con las características de su pobladores y de sus viviendas, que permitan una diferenciación más fina entre ciudades y regiones, atendiendo la diversidad.

Es claro que, para el análisis de la situación de salud, se requiere un abordaje no sólo de los indicadores de mortalidad y morbilidad, sino de otros indicadores mediante los cuales, sea posible ver el grado de influencia, positiva o negativa, en la determinación del proceso salud - enfermedad, tales como: el grado de escolaridad, las condiciones de empleo o desempleo, la recreación, las condiciones de saneamiento básico de las viviendas, el tipo de vivienda, etc., constituyéndose así en la base para la formulación de políticas sociales, de salud, para priorizar los aspectos en los que es necesario invertir, decidir la organización más adecuada de los servicios, las características de los programas que deben formularse, los problemas que merecen intervención con enfoque de promoción y prevención, etc..

Teniendo en cuenta la necesidad de caracterizar la mortalidad en Colombia según las condiciones de vida, de manera que este conocimiento sirva de base para sustentar cambios en las políticas económicas y sociales que repercuten en el sector salud, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), por invitación de la OPS, previa concertación con el Ministerio de Salud, acordó adelantar y diseñar el presente estudio para identificar si existen diferenciales de la mortalidad según NBI en Colombia, precisar si hay variación diferencial para las distintas causas de muerte según las condiciones de vida que refleja dicho indicador, y disponer de información de base

para comparación con posteriores estudios que permitan conocer la tendencia de la situación de salud.

Este estudio es esencialmente descriptivo, en el cual se busca mostrar el comportamiento de la mortalidad en Colombia por los diferentes estratos de NBI y grupos de causas analizados por las variables de persona y lugar, teniendo en cuenta también quien certifica la defunción. El documento se ha organizado en cuatro partes, así: en la primera, se presentan los objetivos; en la segunda, la metodología, dentro de la que se describen los criterios de estratificación según NBI, el ajuste de la proyección de la población mediante la utilización del método de prorrateo, la depuración de la información, los grupos de enfermedades seleccionados, los indicadores a utilizar y el cálculo del subregistro de las defunciones. En la tercera parte, se discuten los principales resultados obtenidos luego del análisis de la información; y en la cuarta parte se recopilan los hallazgos más relevantes y se hacen algunas recomendaciones tendientes a estimular nuevos estudios basados en la mortalidad según las NBI, en los que sea posible ahondar en el análisis de las mismas, mediante la utilización de métodos estadísticos y epidemiológicos más avanzados.

La mortalidad junto con la fecundidad, son los determinantes principales del cambio demográfico de una población. Las estimaciones de la mortalidad en Colombia para el período 1985-2005, objeto del presente documento se llevaron a cabo mediante exhaustiva recopilación de antecedentes obtenidos de las fuentes de información para derivar las tendencias históricas de los niveles y estructuras de la mortalidad. También se aplicaron metodologías y técnicas para la evaluación de la calidad y cobertura de las fuentes de información y fundamentalmente, la evaluación y ajuste del Censo general 2005, como principal punto de referencia. De acuerdo con lo anterior, en este documento se presenta una descripción de la metodología desarrollada para la estimación de la mortalidad infantil (menores de 1 año), en la niñez (1 a 4 años) y de 5 años en adelante; las funciones de la tabla de mortalidad (entre ellas la esperanza de vida al nacer y por grupos de edad), para el Censo General 2005, así como los indicadores de mortalidad de los censos 1993 y 1985, insumos necesarios para la conciliación demográfica nacional en el período 1985-2005.

Igualmente, se describen los procesos determinantes y necesarios en el cumplimiento del objetivo, como son el ajuste de los nacimientos y las defunciones de las estadísticas vitales por diferentes métodos, estimación de la mortalidad infantil y en la niñez, según los dos métodos demográficos conocidos, -el Directo- teniendo como fuente de información las estadísticas Vitales y -el Indirecto- con información de Hijos Nacidos Vivos e Hijos sobrevivientes provenientes del Censo. De la comparación de los indicadores obtenidos por los dos métodos se deducen los que mejor reflejan la tendencia de la mortalidad del país y de los departamentos respectivamente. Con este estudio de la retrospectiva para el periodo establecido se tendrán los insumos necesarios para las proyecciones de la población en cuanto a los escenarios de la mortalidad.¹

Es el caso de México con empresas como ARMEPSA S.A fundada por el señor JUSTINO HERRERA Y TOMAS HERRERA aproximadamente en el año 1975 comienzan con la fabricación de ataúdes con herrajes de aluminio y debido a la creciente demanda, deciden incursionar en la fabricación de ataúdes metálicos, en un pequeño taller únicamente con 2 colaboradores y una producción de 10 ataúdes semanales. En la actualidad, ARMEPSA S.A cuenta con una superficie de 12,000 metros cuadrados y una capacidad de producción de hasta 3,000 ataúdes semanales y posicionando a la empresa, como una de las más grandes e importantes de México y Latinoamérica en la fabricación de ataúdes metálicos.

En argentina, existe la empresa D I E G U E S ® es una empresa fundada en 1972, pensada y proyectada para satisfacer a los Clientes. A partir de la sumatoria de años de trabajo, experiencia y la constante incorporación de tecnología, son una de las fábricas de Ataúdes metálicos más importantes de América Latina.

La década del año 1970 produce un cambio muy importante en el Servicio Fúnebre para D I E G U E S ®, entre otras cosas se afianzó el sistema de cobertura, debido a esto la empresa se vio obligada a industrializar la fabricación del ataúd, incorporando importante maquinaria de alta tecnología que logró un aumento en la productividad y de esta forma crearon un producto acorde a las necesidades de aquel momento. La década

¹ Información encontrada en la página de internet:
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/conciliacenso/5Mortalidad85_05.pdf.

del año 1990 trajo nuevas reglas económicas y los empresarios realizaron importantes inversiones, aun así no contaban con una propuesta distinta de ataúdes. Ante estos requerimientos se puso en marcha la producción de Ataúdes metálicos Enchapados fabricados bajo normas internacionales.

En mayo de 2005 presentan un cambio importante y necesario. Se pone a disposición de los Clientes, el Empresario Fúnebre, una amplia gama de opciones. Se presentan modernos ataúdes en stock, hasta la posibilidad de personalizarlo al requerimiento del cliente.

ANTECEDENTES

En Colombia los índices de mortalidad son altos y por varias circunstancias, como las enfermedades infecciosas, las cardiovasculares, los tumores, y la violencia que afecta en gran parte a la población entre otras.

En Europa, especialmente en España, en términos generales, la población española ha experimentado un proceso similar al de otros países europeos más desarrollados: se ha producido un cambio desde una situación de altos índices de nacimientos y defunciones a una de bajas tasas de nacimientos y defunciones. De todos modos, como en la mayoría del sur de Europa, este fenómeno apareció unas décadas más tarde que en otros países europeos más desarrollados. Hasta 1900, los índices de nacimientos y defunciones eran todavía muy altos, excediendo en ambos casos el 30%, típico de una sociedad preindustrial subdesarrollada. Existía una importante diferencia entre las regiones, de manera que mientras Cataluña y las Islas Baleares iniciaron esta evolución con anterioridad a 1900, había zonas como Andalucía, las Islas Canarias y Extremadura que no comenzaron el proceso hasta la década de los 20.

La natalidad se redujo en más de la mitad entre 1960 y 1990, de 21,7% a 10,2% nacimientos por mil habitantes, por lo que la tasa en España está por debajo de la media de la Unión Europea. En ningún otro país de la Comunidad la tasa de nacimiento bajó tanto como en España, donde, al final de los ochenta, se había igualado e incluso era ligeramente inferior a la de los países más avanzados de la Unión Europea.

La esperanza de vida al nacer es uno de los mejores indicadores de la tasa de mortalidad de la población. En 1900 la esperanza de vida en España era de 35 años. Sin embargo, la continua caída en la tasa de mortalidad la elevó hasta los 62 años en 1950. La esperanza de vida en las mujeres era en 1985 casi de 80 años y en los hombres de 73. Por lo tanto el nivel de España no sólo es similar sino que supera a la mayoría de los países de la Unión Europea. Entre los miembros del Consejo de Europa, solamente Islandia, Noruega y Suecia tienen tasas más altas.

La esperanza de vida actual y el bajo índice de mortalidad infantil muestran que la baja tasa de mortalidad en España es debida a los notables avances en los ámbitos de la economía, la salud y la educación.

Es importante todo lo anteriormente nombrado, ya que se puede ver que la información de mortalidad hasta 1997 en Colombia;³ provenía del “Certificado Individual de Defunción, que era recolectado en las alcaldías municipales. La información de nacimientos era procesada a partir de los registros civiles de nacimiento, recopilados, centralizados y procesados en el Servicio Nacional de Inscripción, SNI, que hasta 1988 fue manejado por el DANE a partir de 1989, pasó a la Registradora Nacional del Estado Civil. El Sistema de Registro Civil y Estadísticas Vitales inició su implantación; a nivel nacional, desde el 1 de enero de 1998. La fuente de información de las Estadísticas Vitales son los certificados de nacido vivió y de defunción, diligenciados por el médico, o cualquier funcionario de salud autorizado y que atiende el hecho vital (nacimiento - defunción) y los certificados diligenciados por los funcionarios de Registro Civil (notarías o registradurías), que se diligencian para los casos en los que no ha existido contacto con salud”;²(Anexo tabla hoja 5). Todo esto, con el fin de informarse con el número de muertes en Colombia, más precisamente en Bogotá, donde se está desarrollando el estudio de este plan de negocios y el mercado objetivo el cual se va abordar.

Por ejemplo, la secretaria de salud de la ciudad de Bogotá estimo que en el 2005 ocurrieron aproximadamente 26.481 muertes en Bogotá, es decir unos 2207 decesos por mes, siendo una de las ciudades con mayor índice de muertes en el país (Anexo tabla hojas 9-10).³

¹ www.dane.gov.co/files./investigaciones/fichas/poblacion/fichas-vitales.pdf-tomado el mes de febrero del 2008.

² Cámara de Comercio de Bogotá D.C.

³Anexo tablas de Excel, información obtenida del Ministerio de Salud y Protección Social.

De esta manera al hablar de la creación de un plan de negocios para una empresa productora y comercializadora de ataúdes fúnebres metálicos con sede en la ciudad de Bogotá, se deben dar a conocer diferentes elementos relacionados con el producto a ofrecer; ya que aspectos como la cuestión tradicional o cultural de las personas, hace que el producto sea vendido satisfactoriamente. Es el caso en la actualidad Colombiana de los ataúdes fúnebres los cuales en su mayoría han sido de madera, lo que hace que este material monopolice el mercado. En la ciudad de Bogotá se podría decir que son muy tradicionalistas, además en esta ciudad existen aproximadamente 95 funerarias realmente constituidas² con una oferta de todo tipo para distintos sectores económicos y sociales.

Según el periódico EL TIEMPO de la fecha junio 15 del 2007, en una de sus columnas internacionales en el mundo, hasta morir se convirtió en un asunto de tendencias. En los entierros se habla de preparar la ceremonia fúnebre como si fuese una boda, de personalizar ataúdes para adaptarlos al estilo de vida que se llevo y el espacio como la última morada. Es por esto importante destacar el caso de Honey Leveen una mujer que a sus 48 años de edad, residente en Londres, pensó en hacer su funeral, toda una fiesta es decir, desarrollarlo en un parque, con muy buena comida que aunque parezca raro, sucedió. De esta manera se evidencia como empresas internacionales como la Londinense, Crazy coffin además de producir ataúdes fuera de lo común, es decir, personalizados, o las firmas tales como Vic Fearn que pertenece al Reino Unido, que producen gran numero de ataúdes en sus fabricas y que alcanzan una rentabilidad aproximadamente de US\$ 3.000.000 anuales, también realizan ceremonias como las anteriormente nombradas o mejor dicho prestan distintas clases de servicios para la sociedad, lo que lo hace un mercado nuevo y rentable por la innovación presentada en los productos o servicios.

Las funerarias en Colombia, específicamente en la ciudad de Bogotá, mejor constituidas, es decir, con mayor posicionamiento económico y reconocimiento logrado por sus distintos servicios son, Los Olivos, Funeraria Gaviria, Funerarias Cristo Rey, Jardines de Paz, Jardines del Recuerdo y Jardines del Apogeo, las cuales están en el mercado de la ciudad con aproximadamente el 75% aproximadamente dejando el resto

de mercado para otras funerarias no muy grandes, las cuales la mayoría desaparecen debido a que como no están a la par del mercado de Funerarias posicionadas, tratan de industrializarse y no son lo suficientemente competitivas para permanecer vigentes y hacer uso de ellas.

Algunos datos sobre la participación de las principales funerarias se muestran a continuación⁴:

<i>FUNERARIA</i>	<i>PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO (%)</i>
<i>F. OLIVOS</i>	<i>37</i>
<i>F. GAVIRIA</i>	<i>10</i>
<i>F. CRISTO REY</i>	<i>8</i>
<i>F. JARDINES DE PAZ</i>	<i>7</i>
<i>F. JARDINES DEL RECUERDO</i>	<i>7</i>
<i>F. JARDINES APOGEO</i>	<i>6</i>
<i>OTRAS FUNERARIAS</i>	<i>25</i>
<i>TOTAL</i>	<i>100</i>

Fuente: Funeraria Gaviria, 2002.

Como se observa, la funeraria con mayor participación en el mercado, es los Olivos, ya que han desarrollado una excelente política de calidad, la cual es prestar un servicio de exequias oportuno, con sentido humano, con personal competente, amplia cobertura nacional e infraestructura adecuada que satisfaga las necesidades del cliente, mejorando continuamente los procesos de gestión basados en el compromiso y el talento humano, Así pues, los Olivos generan gran desarrollo para su empresa ya que además, están ubicados en todo el territorio nacional, y cada sucursal a su vez, maneja convenios en el lugar que se encuentre, sea pueblo o ciudad.

Cabe destacar que la empresa manejan aproximadamente 800 muertes mensuales, de las cuales más del 50% se manejan servicios de cremaciones y el porcentaje restante son inhumaciones, entierros, etc., (a los 48 meses hay que volver a realizar inhumaciones en bóvedas o en la tierra a menos de que se tenga el lote propio).

Algunos de los proveedores más importantes de la funeraria más grande en Colombia, son Arfuncol Ltda. E Industrias Gerana las cuales contribuyen al desarrollo y por ende

⁴ Datos Estadístico Funeraria Gaviria, 2002.

al crecimiento de la empresa, brindando la mayor y mejor dotación de suministros utilizados, como la madera, y los adornos de las diferentes clases de modelos de los ataúdes. Los Olivos cuentan con 5 sedes en la ciudad de Bogotá d.c, de las cuales están ubicadas en: Teusaquillo, Palermo (calle 42 con caracas) y en el Barrio el Restrepo; Las otras como se nombro anteriormente tienen convenios con otras empresas, tales como Candelaria ubicada en la calle 98 con cra 18 u otra sede ubicada en la calle 34 con cra 13. Con relación al producto y precios que manejan los Olivos todo depende del acabado del mismo. Existen varias líneas de producto con su respectivo precio, a continuación se nombraran:

- Línea Básica precio de venta \$ 497.000 solo el ataúd.
- Línea Media precio de venta \$ 779.000 solo el ataúd.
- Línea Superior precio de venta \$ 1.163.000 solo ataúd.
- Línea Excelencia precio de venta \$ 1.966.000 solo el ataúd.
- Línea de Cremación precio de venta \$ 224.000 el servicio.

Cada una de las líneas de producto, está dirigida a distintos sectores económicos o estratos, aunque existe una variabilidad ya que no siempre el producto más accesible es para los estratos más pobres. La línea básica, está hecha para estratos 1 y 2, la línea media para estratos 2 y 3, la línea superior y de excelencia la demandan estratos mas altos de la población como lo son el estrato 5 y 6 y el servicio de cremación es realmente utilizado, por su accesibilidad en el precio; Según la funeraria los Olivos, en sus oficinas de administración e información en cuestiones porcentuales se evidencio que las inhumaciones y las cremaciones están a la par, es decir con un 50% y 50 % de participación en el uso del servicio.

Además de estos productos y servicios que ofrecen los Olivos se encuentran servicios adicionales como los servicios de pólizas, las cuales son personas afiliadas con una respectiva empresa haciendo un pago de una cuota anual, el servicio particular en el cual la familia cancela la totalidad del servicio, otro es el servicio para pensionados, en el cual la empresa, en este caso los Olivos afirma que todo pensionado tiene derecho a un auxilio funerario.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La motivación al realizar este plan de negocios, es por la oportunidad que se puede generar, ofreciendo empleo en Bogotá inicialmente, brindando también, salubridad en sectores realmente afectados, bajos costos para la adquisición del producto. Así mismo, el negocio desde una perspectiva social, se realizara para servir a la comunidad, brindándole apoyo en cuanto al servicio y por supuesto calidad al usuario y conciencia ciudadana sobre las consecuencias que genera el mal habito en cuestiones de deforestación o contaminación de los suelos, los ataúdes en madera para así lograr crear responsabilidad social y empresarial en el entorno que rodea al negocio.

Las ventajas ecológicas de tener un ataúd metálico además de las ventajas económicas y físicas, realmente es que el producto está en la parte ambiental. Aprovechando las características del ataúd metálico, sobretodo su hermeticidad, se quiere evitar la contaminación de las aguas y suelos de los cementerios, al hacer contacto los restos del cuerpo con aguas subterráneas, tierra, cultivos y todo lo que este alrededor de un cementerio. Esto evita la tala de árboles, fenómeno que trae muchas consecuencias para el mundo en el mediano plazo. Sólo en Europa se talan anualmente más de un millón de árboles para fabricar ataúdes y las piezas plásticas, aditivos y adhesivos de su interior son perjudiciales para el medioambiente.⁵

La alternativa del ataúd metálico seguirán creciendo en oferta y demanda a medida que la sociedad rompa con convencionales en este tema, simplifique la vida diaria y por tanto también los funerales, integre que la conciencia sobrevive al cuerpo y que los ataúdes NO son nuestra casa final sino sólo una cáscara, y paralelamente, el sector funerario facilite las homologaciones pertinentes a lo que es reacio por no perder su lucrativo negocio.

De todas formas, como la entrada al Cielo no se puede comprar con riquezas materiales, mejor nos vamos dejando el mundo un poco mejor porque verdaderamente no tiene

⁵ <http://www.elblogalternativo.com/2010/05/19/ataudes-ecologicos-y-economicos-una-alternativa-al-negocio-funerario-insostenible/>.

ningún sentido que vivamos apoyando iniciativas para plantar millones de árboles y talemos uno para nuestros huesos...

Estas ventajas son un valor agregado muy importante para del producto; Con el tiempo y el aumento de la conciencia del cuidado del ambiente, serán poderosas razones para elegir el ataúd metálico sobre los ataúdes de madera.

Acerca de la deforestación se puede decir que es un fenómeno que se presenta desde hace tiempo en todo el mundo, el cual es causado por la tala indiscriminada de árboles, para la producción de bienes. Entre 1980 y 1995 se perdieron 200 millones de hectáreas de bosques. La principal causa de esta pérdida es la utilización sin medida de la madera para diversos usos, entre esos la fabricación de ataúdes. Una de las cifras más impactantes fue presentada por el ponente Juan Restrepo, de la Universidad Eafit, sobre el estudio de la cuenca del Magdalena, en el que concluye que Colombia “se encuentra en el *top* de los países que más deforestación aporta al planeta”. Según las cifras de la agencia de noticias de la Universidad Nacional sede Bogotá, Colombia aporta el 10% de la deforestación global.⁶

En los países industrializados, la madera es muy costosa, por lo que tienen que utilizar otros materiales para reemplazar a la madera. Aunque no se tienen datos exactos de la utilización de la madera en la fabricación de ataúdes, es ilógico que se tale un árbol para fabricar un producto que va a estar bajo tierra.⁷

Un tema que llama la atención acerca del producto metálico, es el tema del reciclaje el cual se acoge el producto ofreciendo ventajas, como la capacidad de ser fundida para poder obtener de nuevo hierro, el cuál puede ser usado para fabricar nuevos productos con ese material (lamina metálicas).

El ataúd permanecerá entre 4 y 5 años enterrado, luego de este tiempo, se realiza la exhumación, se extraen los restos, y el ataúd metálico, si se manipula de una forma

⁶ <http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/nc/detalle/article/colombia-aporta-10-de-la-deforestacion-global/>. Tomado el mes de octubre de 2011.

⁷ Instituto Brasileiro para la Investigación Especial INPE, 1998.

segura, puede ser procesado para obtener nuevamente hierro y producir otros ataúdes metálicos, por lo que en el subsuelo no quedará ningún tipo de residuo. Esto garantiza la inalterabilidad del subsuelo y las aguas subterráneas.

Además de lo dicho anteriormente, el proyecto desde una perspectiva académica el negocio, se realizaría para poner en práctica la teoría del plan de negocio, y materias cursadas durante la carrera como creación de empresas uno y dos, lo cual servirá de experiencia para la aparición de nuevos conocimientos que a la postre serán de mucha ayuda para el desarrollo del plan de negocio.

IMPACTO AMBIENTAL *”La Preservación”.*

Así bien, mientras algunos fabricantes ofrecen la garantía de preservación del cuerpo, los ataúdes no conservarán los restos. Los ataúdes metálicos propuestos evitan el contacto de los restos con el ambiente, pero ningún ataúd metálico puede prevenir la descomposición post-mortem, (después de la muerte) lo único que hace es evitar el contacto de los restos con el subsuelo y las aguas subterráneas. El ataúd metálico de este proyecto, está diseñado para las inhumaciones hasta de 5 años, que es el tiempo que dura una inhumación en Colombia. Después de ese tiempo, el ataúd empieza a descomponerse, por lo que la función de retener los líquidos se pierde. La descomposición del ataúd metálico no generará la misma contaminación si se utilizara un ataúd de madera. En el caso de los lotes a perpetuidad, o inhumaciones cuya duración sean mayor a 5 años, se recomienda usar un ataúd metálico con un calibre mayor y como complemento una bóveda hecha en granito, plástico o metal. En esta bóveda se depositará en el ataúd. Como el ataúd permanecerá enterrado más de 5 años, la bóveda lo protegerá en este lapso de tiempo. En estados unidos, el uso de estas bóvedas es obligatorio, para los entierros a perpetuidad.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Estructurar un plan de negocios para una empresa productora y comercializadora de ataúdes funerarios en metal con sede en la ciudad de Bogotá, de tal forma que el negocio, sea competitivo y rentable en el mercado.

Objetivos Específicos:

Realizar un análisis ampliado del mercado, en el cual se puede contar con un plan de mercadeo para la consolidación del mismo.

Desarrollar el estudio técnico del proyecto, en el cual se ven las especificaciones del producto, como el caso de la producción de ataúdes el cual tendría materiales únicos como las laminas metálicas para su producción.

Estructurar un análisis operativo, con la ayuda de los esquemas de servicio.

Generar al año 5 empleos sostenibles.

Contar con una empresa que tenga potencial exportador.

Entender claramente el concepto de responsabilidad social para aplicarlo a la empresa.

Revisión del proceso administrativo correspondiente.

Estructurar el análisis jurídico y legal.

Análisis financiero.

Análisis económico.

Análisis del riesgo.

MARCO TEORICO

¿Qué es un plan de negocio?

El plan de negocio, es una herramienta empresarial, para quienes pretenden poner una idea de negocio detallada y formalizada. Este recurso, hace referencia a un documento

donde se pretende crear una empresa. Allí se menciona toda la información detallada acerca de dicho proyecto.

Otras definiciones

Es el plan administrativo y financiero de una compañía nueva y sirve para la operación exitosa de una alianza empresarial.⁸

El plan de negocio le explica en forma específica cómo va a funcionar un negocio y los detalles sobre cómo capitalizar, dirigir y hacer publicidad a un negocio.⁹

Características de un plan de negocio¹⁰

Eficaz: debe contener ni más, ni menos, todo aquello que un eventual inversor espera conocer.

Estructurado: debe tener una estructura simple y clara que permita ser seguido fácilmente.

Comprensible: debe estar escrito con claridad, con vocabulario preciso y evitando jergas y conceptos muy técnicos. Las cifras y tablas deben ser simples y de fácil comprensión.

Además debe ser breve y cómodo.

Características fundamentales de un plan de negocio

Dentro del componente principal del plan de negocio, se pretende identificar, analizar y describir una oportunidad de negocio. Comprendiendo etapas como su viabilidad técnica, económica y financiera; siendo un consejero para quien pretende dar vía libre a

⁸ Disponible en línea: http://www.sba.gov/espanol/Biblioteca_en_Linea/plandenegocios.html - tomado: 28 de marzo de 2008 – hora: 7:25 pm.

⁹ Disponible en línea: http://www.sba.gov/espanol/Biblioteca_en_Linea/plandenegocios.html - tomado: 28 de marzo de 2008 – hora: 7:25 pm.

¹⁰ Disponible en línea: <http://aprendamarketing.blogspot.com/2007/05/caractersticas-de-un-plan-de-negocio.html> - tomado: 28 de marzo de 2008 – Hora: 10:10 pm.

la idea de negocio. Por otra parte implementa aquellos procedimientos y estrategias que se necesitan en dicho proyecto.

Cuando una persona pretende hacer empresa, desarrollar nuevos productos, poner en práctica sus ideas. Necesita especificar cada uno de los pasos que va a seguir para la consecución del mismo. Por ejemplo si necesita equipos, planta, maquinaria, capital de trabajo, capital financiero. Los cuales son componentes del plan de negocio. Empezar y administrar un negocio requiere motivación, deseo y talento. También requiere investigación y planificación.

“Para poder triunfar a la hora de crear una pequeña empresa, hay que tener siempre presente las cuatro D”s, dirección, deseo, disciplina y determinación. Hay que conseguir inversores, clientes, y una institución financiera que crea en ti”, dijo Robert Rodríguez, presidente la agencia hispana de mercadeo NATCOM.¹¹

Razones Internas¹²

- Permite hacer una evaluación real del potencial de la oportunidad de negocio.
- Determina las variables críticas del negocio, es decir, aquellas cuyas fluctuaciones podrían afectar sustancialmente el proyecto.
- Determina las variables que exigen control permanente.
- Permite identificar supuestos fatales para el éxito del negocio.
- Permite evaluar escenarios y estrategias de operación del proyecto.
- Brinda la posibilidad de explicar, justificar, proyectar y evaluar los supuestos de base del negocio.
- Permite reducir los riesgos del proyecto, al tomar decisiones con más información y de mejor calidad. (Es importante entender que el plan de negocio

¹¹ Disponible en línea: <http://www.gerencie.com/el-plan-de-negocios-una-tecnica-para-la-gestion-de-la-pequena-empresa.html> - Tomado: 28 de marzo de 2008 – Hora: 11:06 pm.

¹² VARELA Rodrigo. Innovación empresarial, Arte y ciencia en la creación de empresas, Pearson Educación de Colombia, Bogotá D.C 2001 PAG 162.

reduce el riesgo, pero nunca lo elimina totalmente, pues el riesgo es inherente al proceso de inversión).

- Establece el plan estratégico para la empresa y una serie de metas que permiten evaluar el desarrollo del plan estratégico.
- Entrega al empresario el primer presupuesto y con ello la primera herramienta administrativa de su empresa.
- Da posibles soluciones a potenciales dificultades que la empresa pueda enfrentar.
- Permite conocer en detalle todas las facetas del negocio y en muchos casos entrenarse en esas áreas.
- Evalúa el estado actual y futuro de la empresa y del entorno en que operará.
- Establece objetivos y metas de corto y largo plazo.
- Define los requerimientos de recursos de todo tipo, en un panorama de tiempo y las formas de consecución de ellos.
- Muestra la capacidad empresarial del empresario.

3.6 Razones Externas¹³

- Es una herramienta absolutamente necesaria para la búsqueda y consecución de los recursos del proyecto, especialmente para los recursos financieros. Toda entidad de crédito, inversionista, socio, ángel, o toda compañía de capital de riesgo, lo primero que exige para analizar el negocio es el plan de negocio.
- Ayuda en la consecución de proveedores y clientes.
- Permite conocer el entorno en el cual se va a desarrollar el negocio.

¹³ VARELA Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas, Pearson Educación de Colombia, Bogotá D.C. 2001. Pág. 162.

Así bien, se puede decir que mediante este plan de negocios se analizaran diferentes variables necesarias para la consecución del plan, las cuales nos mostrarán diferentes ámbitos y estadísticas para analizarlas.

Toda la información que se presentara a continuación es basándose en el libro “Innovación empresarial arte y ciencia en la creación de empresas” del autor Rodrigo Varela.

ANALISIS DE MERCADO

Tiene como objetivo central determinar, con un buen nivel de confianza, los siguientes aspectos: La existencia real de clientes con pedido para los productos o servicios que van a producirse, la disposición de ellos para pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada en términos de poder elaborar una proyección de ventas, la aceptación de las formas de pago, la validez de los mecanismos de mercadeo y ventas previstos, la identificación de los canales de distribución que se van a usar, la identificación de las ventajas y desventajas competitivas, etcétera. Este análisis de mercado incluye, claro está, el análisis del entorno económico y comercial en el cual se va a mover el nuevo negocio. Este análisis es, con gran frecuencia, el más difícil del proceso, y se convierte en la piedra angular de cuyos resultados se desprenden muchos otros análisis.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y LAS FUNERARIAS

Mercado Objetivo: La ciudad de Bogotá cuenta con 95 funerarias aproximadamente inscritas en la cámara de Comercio de Bogotá. El mercado al cual está dirigido el ataúd metálico fúnebre, son las funerarias de la ciudad de Bogotá. Como ya se había dicho, existen aproximadamente 95 funerarias legalmente constituidas, distribuidas por toda la ciudad. Existen otras que no están registradas las cuales se las podría llamar como funerarias ilegales las cuales son más baratas pero no están bajo los estatutos de ley. El mercado de las funerarias presenta un líder muy bien posicionado, Los Olivos, una

funeraria que tiene cubrimiento nacional.¹⁴ El resto de las funerarias se pelea el mercado con participaciones similares.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA – POBLACIÓN

Segmentación de Mercado: Se debe cubrir toda la ciudad, así como los estratos sociales con mayor poder adquisitivo ya que no todas las personas pueden acceder a estos servicios, la idea es hacer del producto algo de calidad, con valor agregado para no generar contaminación y por supuesto un precio razonable y justo para que se logre obtener el producto y servicio de la funeraria. Respecto a las edades se debe cubrir entre los 18 y 75 años, en donde se encuentra la población para la compra de los servicios funerarios. Dentro de estos servicios funerarios se encuentra el tipo de ataúd.

Un aspecto importante a considerar, es que todos los clientes de la compañía recibirán un valor de concientización ya que al comprar el producto metálico, estarán colaborando en gran parte a medio ambiente ya que la mayoría de los ataúdes son en madera, lo que nos lleva al problema de la deforestación y la tala de los árboles, y por otro lado también los clientes no conocen los problemas ambientales que existen, como los lixiviados¹⁵ en los cementerios que afectan los terrenos metro a metro, perjudicando a toda clase de personas. Así el producto generaría un valor agregado ya que estaría contribuyendo a la conservación del medio ambiente y así beneficio mutuo para las personas.

Los ataúdes metálicos al ser una novedad en Colombia, estarán dirigidos a todo tipo de cliente. El producto al ser una novedad, ya que no existe ninguna empresa consolidada con el producto de ataúdes metálicos fúnebres en Bogotá, será de gran entrada en el mercado por su precio (Promedio \$80.000 mil pesos - 40 Uds. X unidad), ya que se manejarán precios muy bajos con respecto a los ataúdes en madera que ofrecen las funerarias de Bogotá en la actualidad. Al ser la única empresa productora y comercializadora de ataúdes metálicos en la ciudad de Bogotá, facilitara conseguir

¹⁴Oficina de Prensa funeraria Gaviria 2000.

¹⁵LIXIVIADOS: Líquidos y soluciones que salen de los cuerpos por efecto de la descomposición.

aliados estratégicos, como lo son las funerarias del sector (Los Olivos, Funeraria Gaviria, Jardines de Paz, entre otras), generando mayor expansión para la empresa.

ESTRATEGIA E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

EL PRODUCTO

El producto debe tener características diferenciables de los ataúdes comunes en el mercado para así poder cumplir con las necesidades y requerimientos de los clientes. Algo importante por nombrar, es la importancia del material que se va a desarrollar con el producto, el cual la mayoría no conoce exactamente las ventajas, lo ven como un material que por sus características puede evitar la contaminación, pero no pueden explicar exactamente como lo hace. Se deben promocionar las características del metal para que la gente conozca como evita el ataúd metálico la contaminación. De esta forma, la confianza en este producto aumentaría. Es importante aclarar que el producto ataúd fúnebre metálico, se dará a conocer tanto en las funerarias como al público general. Algunos de los aspectos más relevantes del producto se muestran a continuación:

Calidad: El ataúd debe tener unos acabados de primera, tanto en su interior como su exterior. La pintura debe ser uniforme, con colores que imiten la madera, que es lo más común. En su interior las telas deben estar bien pegadas, limpias y con una textura uniforme. El vidrio de la tapa móvil debe ser de buena calidad, con el fin de evitar deformaciones en la visión del interior del ataúd.

Colores: Se tienen dos opciones. Pintura líquida, con la cual se le puede dar una apariencia parecida a la madera, los colores que se pueden ofrecer son muy variados, como lo son: Miel, Royal, Rojo Ingles y demás colores que se consiguen fácilmente en el comercio. Por otro lado, también se pueden ofrecer colores planos las cuales son de fácil aplicación en la lámina, de metal, el cual es el que se pretende desarrollar.

Dimensiones: Según la norma de la Secretaria de Salud, los ataúdes deben tener una medida que debe estar dentro de los siguientes rangos¹⁶:

Medidas establecidas para los ataúdes.

Largo (cm.) 180-210

Ancho (cm.) 48-65

Alto (cm.) 42-60

Hermeticidad: El ataúd debe ser hermético para garantizar que la descomposición del cuerpo se realice en el interior de éste, con el fin de evitar la contaminación del suelo y las aguas subterráneas del área. Para esto se utiliza una sustancia epóxica¹⁷ en las uniones de la lámina, con lo cual asegura que el ataúd quede sellado.

Diseño del producto: Tiene que tener todos los requerimientos de los clientes, ser económico para ser competitivo. El diseño es simétrico, con un doblez circular en la parte superior del ataúd, que le da un aspecto más amable, El ataúd cuenta con un juego de 6 manijas, distribuidas lateralmente, 3 a cada lado de la superficie lateral más larga. También tiene una tapa móvil, que es la que se abre para poder ver el interior del cofre. Esta tapa ocupa el 30% de la parte superior. Al abrir la tapa, encuentra un vidrio el cual divide el exterior y el interior del ataúd. La Capacidad de carga del ataúd es de 110 kg / a de 140 kg.

PRECIO

Para poder competir en un sector tan difícil, además de la calidad total, debe contar con un precio competitivo, para atacar el mercado de los ataúdes de madera plenamente establecidos y conocidos. Los ataúdes metálicos tienen como producto principal, las láminas metálicas, la cual mediante el proceso productivo de corte, soldadura y acabados generan el producto del ataúd metálico con equipos como la maquina de corte

¹⁶Secretaría de salud Bogotá d C.2001

¹⁷Epóxica: Sustancia utilizada en componentes selladores en diferentes aplicaciones, como tuberías, tanques, etc....

de láminas metálicas y materiales requeridos para el proceso. Esto mediante los estándares de calidad exigidos por los entes de control y las normatividad ISO9000 para procesos productivos y su posterior comercialización, la cual en Bogotá, será de gran entrada en el mercado por su precio bajo con respecto a los ataúdes en madera (Promedio \$80.000 mil pesos - 40 Uds. X unidad).

LOCALIZACIÓN

Es muy importante este aspecto ya que es donde el cliente va acceder a comprar el producto; Además del segmento que se maneja, el cual es importante hacer ver al cliente la calidad del producto, manejando siempre el respeto por el cliente y la política de prudencia dentro de los requerimientos que exige un negocio como estos. Es importante estar en lugares principales de la ciudad, donde exista un entorno industrial, donde haya una gran bodega para los productos y grandes vías de entrada y salida de los mismos, es decir un flujo normal de las actividades. Es importante estar cerca de las funerarias, donde se identifican claramente los clientes potenciales.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Este aspecto relativamente no está muy bien definido, es decir no se ha identificado con exactitud cuántos metros cuadrados debe tener la empresa, pero si se tiene una idea clara, de que esta, debe ser mayor a unos 400 metros cuadrados, ya que en la planta, no solo va estar el bodegaje, sino todos sus departamentos, los cuales se tienen que distribuir eficientemente para así producir utilidades y generar un ambiente de trabajo optimo.

ESTRATEGIAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS

Ofrecer los ataúdes fúnebres metálicos en diferentes actividades, como en congresos y seminarios del sector funerario, así como en medios de comunicación del sector, como revistas, boletines, cooperativas y agrupaciones. Realizar visitas a las funerarias de la ciudad de Bogotá, para dar a conocer el producto. Utilizar las ventajas ecológicas del

producto para darlo a conocer al público, mostrando los efectos contaminantes que causan los ataúdes de madera. Enfocar todos los esfuerzos hacia el cliente, a la satisfacción de sus necesidades y para esto, se hace necesario preguntarle al cliente sobre sus necesidades, sobre las cualidades del producto, la forma, las condiciones físicas, apariencia, en general todos los aspectos referentes al producto y al servicio.

Políticas de Calidad del Producto: Las políticas de Calidad están orientadas a ofrecer un producto en excelentes condiciones y de óptima calidad, respetando las condiciones y ventajas competitivas que presenta el cofre fúnebre metálica, como lo son la rigidez, forma, textura, brillo, acabado general, etc. Estas políticas estarán dirigidas inspeccionar en diferentes puntos de la cadena, la calidad del material, y el producto.

Políticas de Seguridad Industrial: Las políticas de calidad abarcan todos los procesos de la empresa, tanto administrativos como productivos. Para poder plantear las políticas de seguridad industrial es necesario determinar los factores de riesgo presentes en la empresa, por esta razón a continuación se describen los factores de riesgo más importantes de la empresa, a lo largo de toda la cadena de abastecimiento y las políticas de calidad de la empresa.

Mejoramiento continuo: La empresa debe generar los procesos necesarios para garantizar un mejoramiento continuo, con el fin de lograr un producto final de óptimas condiciones, satisfaciendo plenamente las necesidades del cliente, logrando como factor diferenciador frente a la competencia la calidad de nuestros productos.

Calidad en materias primas, insumos y demás materiales que se utilizan en la producción de los ataúdes fúnebres metálicos: Esta política está encaminada hacia obtener las mejores materias primas e insumos que se van a utilizar en la producción, para lo cual la empresa buscará proveedores reconocidos, especialmente, con certificación de calidad, con el fin de garantizar desde el primer momento la calidad del producto.

Selección de Proveedores: Es importante seleccionar los mejores proveedores tanto de carácter nacional como internacional, siempre teniendo en cuenta la calidad de sus productos, para lo cual se prestará mayor importancia a aquellas empresas que presenten certificación de sus procesos o productos.

Control de calidad de proveedores: se debe hacer un control de calidad estadístico de cada uno de los insumos, materiales y materias primas que provienen de proveedores, con el fin de categorizar los proveedores y calificarlos de acuerdo a la calidad de sus productos. Esta herramienta servirá adicionalmente para la selección de los proveedores.

Inspección del producto en proceso: Es necesario revisar periódicamente las condiciones de producción con el fin de detectar los problemas que influyen directa o indirectamente en la calidad del producto final, con el fin de hacer los correctivos necesarios, para cumplir con el objetivo último del mejoramiento continuo y la excelencia en la calidad.

Inspección del producto final: Como ya fue mencionado, la empresa busca diferenciarse por la excelente calidad de sus productos, para lo cual se hace necesario un fuerte inspección de calidad del producto final, para lo cual se revisará el producto en sí, y las condiciones de uso, así como su comportamiento final con pruebas de llenado y de vida del producto.

Calidad del recurso humano: La calidad final del producto depende mucho de la calidad del recurso humano que lo fabrica, por esta razón es necesario contratar el personal idóneo y competitivo en cada una de las áreas de la empresa. Para lograrlo se debe tener un proceso adecuado de selección de personal, buscando siempre que el personal seleccionado se encuentre satisfecho en la labor desempeñada.

Calidad de los procesos administrativos: La empresa debe además los procesos administrativos. En este punto se debe agilizar y dar respuesta lo más rápido posible a todos y cada uno de los procesos administrativos, de forma que todos los clientes se

muestren satisfechos no sólo con nuestros productos sino manteniendo relaciones comerciales con nuestra empresa.

Servicio al cliente: Como se trata de una empresa cuyos clientes finales son empresas, el servicio al cliente debe ser entendido como facilidades en cuanto a investigación de mercados, diseño de productos, etc. Por esta razón, la empresa deberá generar las herramientas necesarias para facilitar la investigación de mercados, el diseño del producto cualquier tipo de servicio solicitado por el cliente, referentes a la producción de los productos, mejoramiento de las especificaciones del producto, etc.

Estrategias de Calidad: Teniendo en cuenta las políticas de calidad descritas anteriormente, se plantearán las estrategias y herramientas específicas para dar cumplimiento a cada una de las políticas de calidad.

Estrategias de Calidad en Materias Primas, Insumos y otros materiales: con el fin de asegurar el cumplimiento de esta política se deberá tener en cuenta las siguientes estrategias específicas:

La selección de los proveedores se hará teniendo especial cuidado, dando “ventaja” a aquellas empresas que presenten certificación de sus procesos o productos, y teniendo en cuenta la relación beneficio – costo de los proveedores potenciales.

Los proveedores podrán ser nacionales o internacionales, de acuerdo a las condiciones de entrega de cada uno de ellos, es decir, tiempos de entrega, urgencia y necesidad de material, adicionalmente se debe tener en cuenta las condiciones de almacenamiento de las materias.

La empresa tendrá que generar con sus proveedores, las condiciones necesarias para obtener entregas certificadas de cada uno de sus proveedores. Esto con el fin de agilizar los procedimientos de abastecimiento en la empresa. En caso de no lograr las entregas certificadas, el coordinador de recepción y despachos deberá rectificar la información de

cada remisión con lo entregado por el proveedor. Para esto es necesario pesar las materias primas y revisar las condiciones físicas de aquellas materias que lo requieran.

Inspección del producto en proceso necesario hacer inspecciones periódicas del producto para garantizar la calidad final del producto. Para poder garantizar la calidad del producto es necesario revisar en diferentes puntos del proceso.

Inspección del Producto en Proceso donde el producto debe ser revisado en su totalidad antes de ser empacado, para detectar inconformidades

Política de Ventas: Se pueden dejar ataúdes en consignación, para que el cliente pueda conocer sin presiones el producto. La consignación es dejarle el producto al cliente en demostración con opción de compra, con el fin de que este lo conozca, la exhiba y determine la viabilidad de su venta. Esta consignación puede durar hasta 2 semanas, tiempo en el cual el ataúd se recoge para una nueva demostración para otro cliente. Si el cliente lo requiere, se pueden hacer muestras de modelos exclusivos. Si estas muestras se aprueban, se debe establecer la cantidad y tiempo que durará la compra de ese modelo por parte del cliente. Esto se hace para garantizar la viabilidad del producto. Se realizan descuentos de acuerdo a la forma de pago, como incentivo de pago oportuno y de pago de contado. Una de las estrategias para el primer año de operación, es buscar competir con precio y con descuentos de acuerdo con la forma de pago. De contado: 5%; 30 días: 2.5%; 45 a 60 días no hay descuento.

Política de Distribución: Distribución del producto en el mínimo de tiempo posible con el fin de prestar el mejor servicio a nuestros clientes. Se le puede dar la opción al cliente de recoger el producto en la fábrica, dándole 2 puntos de descuento adicional. El producto, dependiendo de su disponibilidad, se entregará de acuerdo al orden en que fueron hechos los pedidos.

Política de Costos: La empresa deberá mantener una política de reducción de costos, por medio de la cual se debe buscar reducir los costos en todas las áreas de la empresa, por medio de una buena gestión de la cadena de abastecimiento. El costo del producto

deberá contener todos los costos de la compañía tanto directos, como los indirectos. El precio de venta se definirá únicamente cuando el producto tenga todos los costos prorrateados, tanto administrativos, como de aprovisionamiento, producción y distribución. Todos los departamentos deberán llevar un control estricto de sus gastos específicos, ya que el departamento de compras únicamente comprará los suministros necesarios, definidos previamente por históricos y por las necesidades proyectadas al principio del mes. Se debe prestar gran interés a aquellos rubros del P y G que representen egresos, con el fin de aplicar correctivos y mayores controles para lograr disminuir o mantener los costos mensuales.

En las áreas administrativas, la reducción de costos se logrará mediante un control marcado en la utilización y gasto de insumos de oficina (papelería, tintas, etc.), adicionalmente mediante ahorro de servicios en general. En el área de abastecimiento, se debe controlar los tiempos de descargue y manipulación de las materias primas, y los gastos y consumos de energía y suministros de oficina, con el fin de reducir los costos; en el sistema de producción, el control de costos se hará en el consumo de insumos, de servicios, en los tiempos de producción y eficiencias de los operarios y los suministros de oficinas requeridos; por último en el área de distribución, se mantendrá un control estricto en la definición del área de almacenamiento de producto terminado para determinar cuánto se deberá pagar por almacenamiento, adicionalmente en los costos de servicios en especial de la luz, gastos de personal, es decir el tiempo de manipulación, transporte y carga de los productos, y los gastos del transporte de producto terminado, incluyendo los costos de personal y los insumos y gastos indirectos del transporte.

ANALISIS TÉCNICO

Tiene como objetivo central definir la posibilidad de lograr el producto o servicio deseado en cantidad, con la calidad y el costo requerido. Esto origina la necesidad de identificar procesos productivos, proveedores de materias primas, equipos, tecnología, recursos humanos, suministros, sistemas de control, formas de operación, consumos unitarios de materias primas, insumos y servicios, distribución de planta y de equipos,

requerimientos de capacitación del recurso humano, etcétera. En resumen, debe definir la posibilidad de producir lo que se ha planteado en el análisis de mercado.

Materias Primas: La materia prima principal del ataúd es la lámina de acero laminado en frío. Esta lámina viene en presentaciones de chapa de una medida de 4 pies por 8 pies, además de tener el producto otras áreas relacionadas con las materias primas como lo son la estructura, la pintura, y la decoración del ataúd.

Insumos: Además de la materia prima, se utilizan una serie de productos, los cuales ayudara cumplir el objetivo de cada uno de los procesos, pero al final no hacen parte del producto, como las distintas lijas a utilizar, pulidoras, cortadoras, entre otros.

Proveedores: Esta Lamina de acero laminado en frío, tiene distintos proveedores en la ciudad de Bogotá, con empresas consolidadas, las cuales se basan en la prestación del mejor servicio, la mejor calidad del producto ofrecido, garantías, entre otras. Algunos de estos se identifican a continuación:

Fajobe S.A.: Ubicada en Paloquemao, en la Cra 22 N° 19-95, esta empresa está dedicada la comercialización de acero. La lámina acero frio es uno de sus productos principales, por lo que el inventario es bastante alto. Ofrece un buen precio, donde está incluido el transporte hasta la planta. Ofrece servicio post-venta y garantía sobre todos sus productos. Garantizan la existencia de lámina en cualquier calibre, las entregas se hacen en menos de un día.

Láminas Ltda.: Ubicada en la Calle 22 sur N° 5-60, ofrece variedad de calibres, aunque no tiene grandes cantidades de stock, por lo que un pedido puede durar hasta 15 días. Un inconveniente es la falta de crédito, la empresa solo acepta pagos de contado, en efectivo en cheque. Tampoco tienen transporte por lo que cada comprador debe de encargarse de este. Tiene el precio más económico de todas las empresas analizadas. Según esto se seguirá en la búsqueda de más proveedores para hallar mejores beneficios, por ahora están estos dos, y según lo que se analiza *Fajobe S.A* brinda mejores oportunidades de negocio que el otro proveedor.

Características del Hierro: El hierro es un elemento químico que pertenece al grupo VIII del sistema periódico y uno de los más abundantes de la naturaleza, si bien raramente se presenta en estado nativo. En forma de óxido, aparece en la magnetita (Fe_3O_4), en la hematites (Fe_2O_3) y en la limonita; como carbonato forma parte de la siderita, y la pirita está compuesta por sulfuro de hierro.

El hierro es un metal argénteo, con una conductividad eléctrica igual a un quinto de la del cobre, y con una dureza que depende del grado de impurezas que contenga. Es un elemento relativamente activo. Sus valencias más frecuentes son II y III.

El hierro es inalterable al aire seco. En aire húmedo es atacado por el agua y el anhídrido carbónico, recubriéndose de herrumbre. Se disuelve fácilmente en ácido clorhídrico sulfúrico, desplazando el hidrógeno. No se disuelve en ácido nítrico ni en ácidos diluidos. El hierro obtenido en la industria nunca es puro. El hierro se utiliza para la obtención de numerosas aleaciones; en el organismo animal forma parte de la hemoglobina y juega un papel importante en la síntesis de la clorofila. El hierro en estado puro es muy frágil, pero una vez sometido al proceso de recocido se vuelve muy dúctil y adquiere propiedades electromagnéticas muy útiles. Los tipos más comunes de hierro son:

Acerado: Fundición con 0,1 a 1,5 % de carbono.

Batido: Hierro paleado.

Colado: El que se obtiene cuando la fundición gris, se vuelve a fundir para eliminar sus impurezas principales.

Dulce: El que tiene menos de 0,4% de carbono.

Forjado: El que recibe la forma a base de fuego y martillo.

Galvanizado: El recubierto por una capa de zinc.

Ventajas Ecológicas de un Ataúd Metálico: Además de las ventajas económicas y físicas, la verdadera ventaja de este producto está en la parte ambiental. Aprovechando las características del ataúd metálico, sobretodo su hermeticidad, se quiere evitar la contaminación de las aguas y suelos de los cementerios, al hacer contacto los restos del

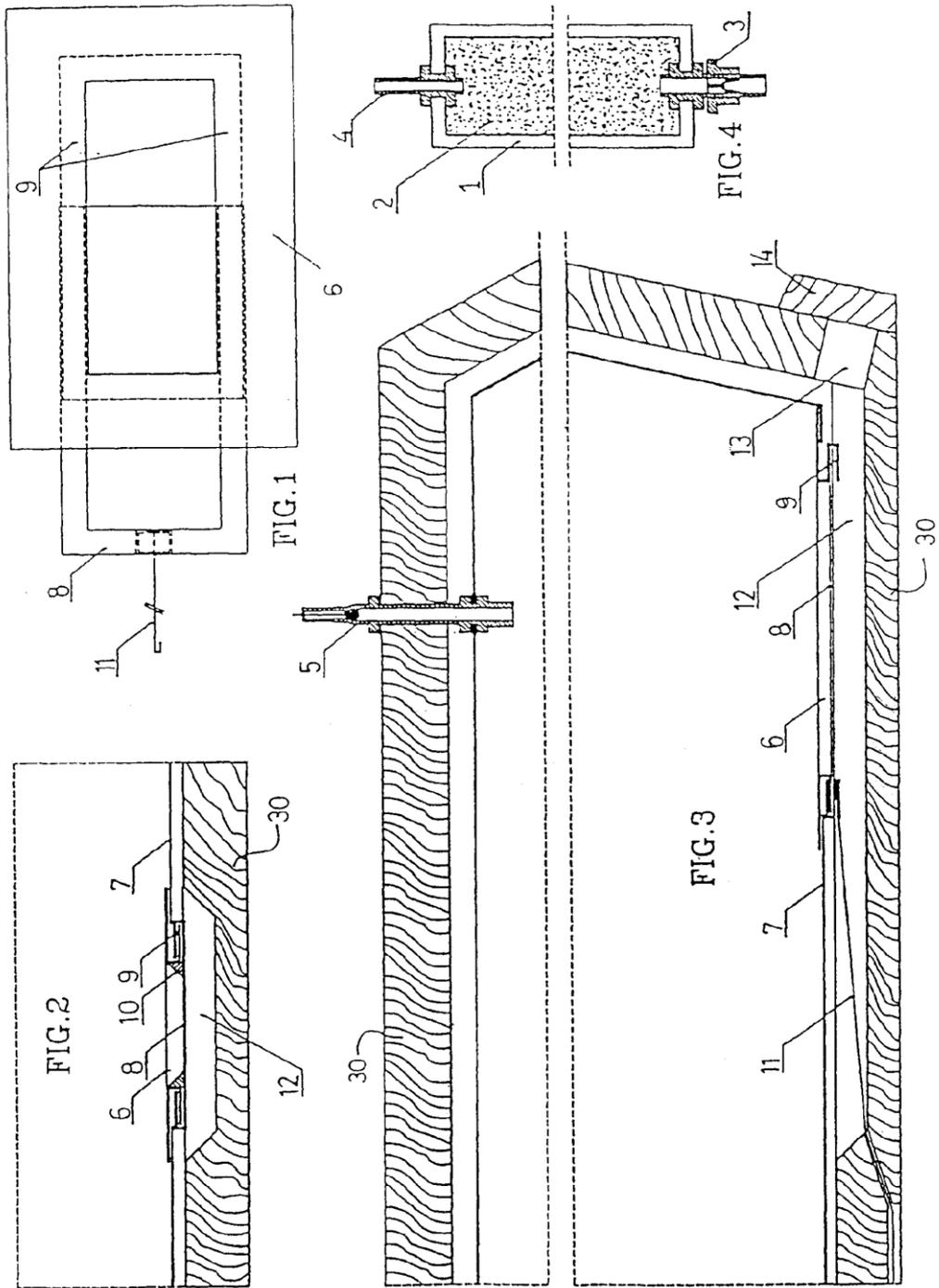
cuerpo con Aguas subterráneas, tierra, cultivos y todo lo que este alrededor de un cementerio. Otra ventaja es que se evita la tala de árboles, fenómeno que trae muchas consecuencias para el mundo en el mediano plazo. La deforestación es un fenómeno que se presenta desde hace tiempo en todo el mundo, el cual es causado por la tala indiscriminada de árboles, para la Producción de bienes. Entre 1980 y 1995 se perdieron 200 millones de hectáreas de bosques. La principal causa de esta pérdida es la utilización sin medida de la madera para diversos usos, entre esos la fabricación de ataúdes. Un tema que llama la atención acerca del producto metálico, es el tema del reciclaje el cual se acoge el producto ofreciendo ventajas, como la capacidad de ser fundida para poder obtener de nuevo hierro, el cuál puede ser usado para fabricar nuevos productos con ese material como se había recalado anteriormente. A continuación se explica el boceto de los ataúdes fúnebres metálicos, que en parte muestra el diseño del producto detallando cada una de sus partes.

La figura numero uno (1) es una vista superior en planta del dispositivo para drenar los fluidos de descomposición del ataúd metálico. La figura numero dos (2), es una vista en sección de dicho dispositivo a lo largo de un plano perpendicular al eje longitudinal del ataúd. La figura numero tres (3), es una vista parcialmente seccionada del ataúd a lo largo de un plano vertical perpendicular al eje longitudinal del ataúd. La figura numero cuatro (4), es una vista en alzado seccionada del filtro de limpieza. La figura numero cinco (5), muestran una sección vertical de la construcción que recibe los nichos que es paralela al eje longitudinal de los nichos (sin los orificios de sangrado de gas de acuerdo con el sistema para ventilar los nichos). La figura numero seis (6), es una vista superior de dicha construcción de acuerdo con una sección horizontal. La figura numero siete (7), muestra una sección vertical en perspectiva de dicha construcción a lo largo de su plano vertical de simetría perpendicular al eje de los nichos. La figura numero ocho (8), es una sección vertical en perspectiva de los nichos según se ve mirando el fondo de los nichos un sistema de ventilación para los gases de descomposición.

Un sistema para la rápida mineralización de cadáveres enterrados que comprende una construcción funeraria que incluye nichos (32) y provista de medios para conducir drenar los fluidos de descomposición desde los nichos a un área de evaporación,

caracterizado en que comprende además, en combinación ataúdes metálicos. Un sistema para la rápida mineralización de cadáveres enterrados según caracterizado en que los medios para el drenaje de los fluidos de descomposición del cadáver enterrado a un área externa de evaporación están formados, en combinación, por: una caja metálica (6) embebida en el fondo del ataúd metálico (7) y cerrada en un lado inferior mediante una lámina o placa (8) del mismo material que puede deslizarse sobre guías calibradas (9) y puede ser abierta después del entierro mediante un alambre (11) que puede alcanzarse desde el exterior de modo que los fluidos de descomposición del cadáver pueden ser drenados del ataúd metálico (7) de modo que alcancen un área de recogida (12) dispuesta en el fondo del ataúd. Este sistema para la rápida mineralización de cadáveres enterrados caracterizado en que dicho espacio hueco (19) tiene una altura reducida, de preferencia entre 2 y 3 cm para promover la circulación y cambio del aire en el espacio hueco. Además, este sistema para la rápida mineralización de cadáveres enterrados se caracteriza, en que el material absorbente que llena la caja metálica (1) es carbón vegetal comprimido.

Por lo tanto deberá establecerse que el uso de las soluciones propuestas permite conseguir una serie de ventajas tales como, ventajas económicas y sociales debido al ahorro de áreas de cementerio (actualmente, el mismo nicho puede ser utilizado de 4 a 5 veces en diez años, con una reducción en las necesidades de nichos del 75-80%), no hay necesidad de almacenar los cadáveres, cualquier modificación de aquellas actitudes sociales o culturales que prohíben cremar un cadáver después de la muerte, mientras que con la presente solución, los cadáveres podrán ser exhumados dos o más años después de la muerte.



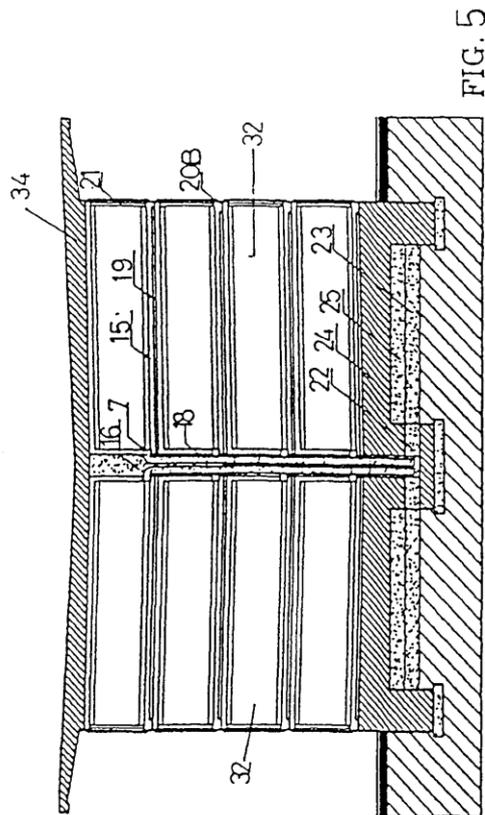


FIG. 5

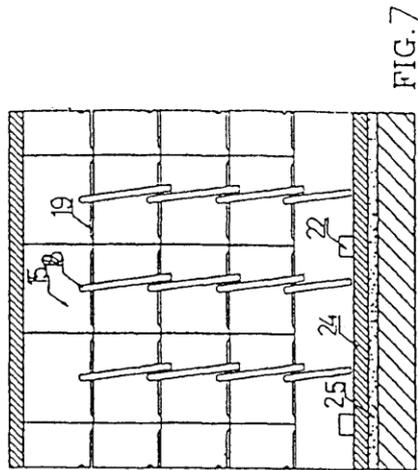


FIG. 7

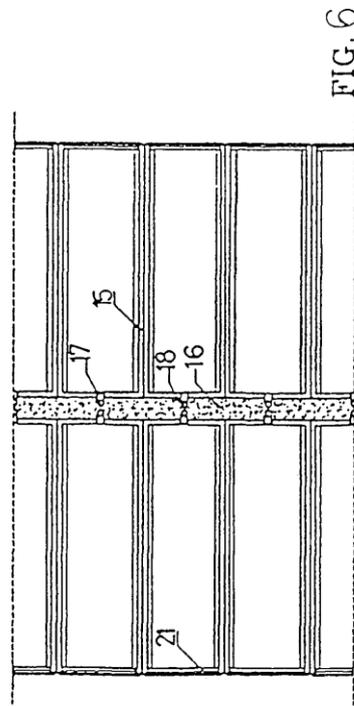


FIG. 6

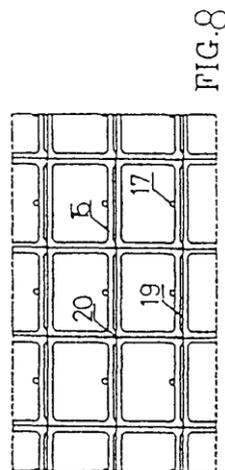


FIG. 8

SISTEMA DE NEGOCIOS Y ORGANIZACIÓN

Tiene como objetivo central definir las necesidades de perfil del grupo empresarial y de personal que el negocio exige, las estructuras y los estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de capacitación del grupo

empresarial en la gestión y en los resultados, y, claro está, la posibilidad de contar con todos estos elementos.

ANALISIS ADMINISTRATIVO

Organización Empresarial: El manejo de la empresa está basado en los valores del respeto, la honestidad, por brindarle lo mejor al cliente. En el ambiente laboral se pretende generar un trabajo seguro tanto para los empleados como para el cliente, que pretende obtener el producto, teniendo una política de ofrecer el mejor servicio tratando de reducir al mínimo los riesgos que se puedan presentar al prestar el servicio. Este tipo de proyectos es para empresas manufactureras ubicadas en el sector industrial.

Así bien, es importante dar a conocer cómo podría estar constituida legalmente la empresa, ya que hoy en día existen diversas asociaciones legales, las cuales se relacionan con el desarrollo del proyecto. Cabe resaltar que en este plan de negocios puede entrar cualquier asociación comercial, aunque los beneficios que tendría una asociación, no siempre podrían estar ligados con el de otras asociaciones. Es por esta razón que se muestra a continuación una de las tantas posibilidades a las cuales puede acceder una asociación comercial legal, del proyecto.

Sociedad Limitada: La Sociedad de Responsabilidad Limitada es una sociedad Mercantil cuyo capital está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden incorporarse a títulos negociables ni denominarse acciones. La responsabilidad de los socios se limita al capital aportado. El número mínimo de socios es 1 (Sociedad Limitada Unipersonal), hasta 25. Si se constituye una sociedad limitada con un único socio sería una Sociedad Limitada Unipersonal, es decir puede ser las dos clases de sociedad al mismo tiempo, esto debe hacerse constar en toda la documentación, correspondencia, facturas y en los anuncios legales. El cambio de socio único y la pérdida de la condición de unipersonal deben hacerse constar en escritura e inscribirse en el registro Mercantil. Si una Sociedad adquiere la condición de unipersonal y transcurren seis meses sin que se haya inscrito en el Registro Mercantil, el

socio único responderá personal, ilimitada y solidariamente de las deudas sociales contraídas durante el período de uní personalidad.

Se pueden aportar los bienes o derechos valorables económicamente. De la realidad de las mismas y su valoración responden solidariamente, frente a la Sociedad y los acreedores, los fundadores, socios y quien adquiera una participación desembolsada mediante una aportación no dineraria, salvo que la aportación haya sido valorada por perito. No puede ser objeto de aportación el trabajo o los servicios. La administración puede ser desempeñada por un Administrador Único, dos o más administradores solidarios o mancomunados, o por un Consejo de Administración compuesto por un mínimo de tres y un máximo de doce consejeros. La transmisión voluntaria de participaciones entre socios, entre cónyuges, ascendientes o descendientes o sociedades del mismo grupo es libre, salvo que los Estatutos establezcan lo contrario. Antes de proceder al reparto de beneficios es requisito legal aplicar a la Reserva Legal el equivalente al 10% del beneficio, al menos hasta que dicha Reserva alcance el 20% del capital social. Solo se pueden repartir dividendos con cargo beneficios si el valor del patrimonio neto contable no es, a consecuencia del reparto, inferior al capital social.

ANÁLISIS MATRIZ DOFA

Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del negocio y el entorno en el cual éste compite. El análisis DOFA se enfoca solamente hacia los factores claves para el éxito del negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

Debilidades: Se podría afirmar que el producto no es muy bien conocido, pero ha empezado a llamar la atención de mas personas que es algo bueno, aunque todavía falta llegar hacer conocer este producto como un ataúd de madera, el cual la sociedad lo adquiere en la mayoría de los casos porque somos muy tradicionalistas.

Oportunidades: Existiría la gran posibilidad de crear alianzas estratégicas con los líderes en el mercado, como lo es la funeraria los Olivos para dar a conocer el ataúd metálico, además de alianzas con entes públicos, ya que el producto al tener una visión real y consiente de los problemas que hay por la contaminación y deforestación en las comunidades, ayudarían a erradicar en parte esos aspectos con la ayuda del gobierno.

Amenazas: Hasta el momento no se conoce alguna empresa consolidada en el aspecto de creación de ataúdes metálicos, por lo que sería un riesgo incurrir en esto sin experiencia, además la sociedad tradicionalista que solo compra ataúdes en madera sin realmente tener en cuenta el daño que traen.

Fortalezas: El material metálico, hace que no se genere descomposición del producto y por ende no hayan contaminaciones, también se pretende realizar variedad de diseños en los ataúdes los cuales se verían reflejados en el tamaño del ataúd según las necesidades del cliente, para así también competir en el mercado con el precio del producto el cual pretende generar una ventaja comparativa frente a los competidores y su posicionamiento en el mercado.

Estructura Organizacional: El recurso humano es un factor clave para su buena ejecución, por lo que la gente que se vincule a este debe tener la disposición y los conocimientos necesarios para llevar a cabo cada una de sus funciones. Cada aspirante debe ser examinado para determinar si cumple con todos los requisitos. En la parte operativa este plan propone un organigrama el cual se relaciona con muchas clases de empresas, lo que sirve para la aplicación del plan y la posterior fructificación del negocio haciendo proyecciones realistas y sensatas en un mercado crudo, al que sería magnífico explotar, regulándose por la legalidad y las beneficios ambientales que nos podría traer este. Este plan de negocios no pretende únicamente que la empresa observe al humano como una simple máquina productiva, sino como una de las partes más importantes de la empresa a la cual hay que mantener, desarrollar y potencializar. Las empresas actuales, conscientes de la importancia del recurso humano, han implementado programas de Desarrollo Organizacional con el fin de preparar para el cambio a sus apreciados colaboradores, concomitantemente con una efectiva

capacitación técnica, fundamental de implementar. En la empresa se identificarían los siguientes actores en orden jerárquico:

- 1- Gerente.
- 2- Subdirector.
- 3- Secretaria.
- 4- Técnico Maquinaria y Auxiliar de Bodega.
- *- Junta de socios.

La empresa en un comienzo, tendrá un total de 5 trabajadores, dentro de los cuales están: Secretaria, Auxiliar de Bodega ó Técnico para la manipulación de la maquina cortadora, subdirector y gerente de la empresa. Dentro de la empresa habrá políticas de motivación basándonos en la teoría de la Monotonía del Autor Elton Mayo¹⁸. Los empleados tendrán constante comunicación, es decir podrán expresar sus ideas, pensamientos y requerimientos al gerente de la empresa, ya que los empleados son el futuro y herramienta principal de la empresa y por ende la motivación laboral es una de las razones fundamentales para su estabilidad. Luego, que el negocio tenga estabilidad económica, y pueda generar más empleo; aparecerían tres niveles con sus respectivas divisiones ¹⁹ (Ver Anexo).

- Jefe de producción: Encargado de los operarios de la empresa.
- Director administrativo: Encargado del asistente de compras y despachos.
- Coordinador y Asesor comercial.

Planeación Estratégica: Para que el proyecto tenga éxito, además de la parte financiera, necesita un norte y metas claras, así como los procedimientos y políticas para llegar a esas metas, de la exactitud de la determinación de estas metas y políticas, así como su cumplimiento se le debe gran parte del éxito del plan de negocios. La falta de cultura en el uso de materiales sustitutos y la resistencia al cambio de las funerarias, son dos de las barreras de entrada más importantes, por lo que se debe atacar la mentalidad de las

¹⁸ Clase de Seminario del pensamiento Administrativo PUJ Enero 2005.

¹⁹ Anexo Hoja cinco (5) Excel Descripción de Cargos de la empresa.

personas, para que puedan recibir este tipo de productos, el cual trae muchos beneficios económicos, ecológicos y sociales.

Los avances tecnológicos y rompimiento de paradigmas se tienen que dar en todos los campos, si nuestro país quiere ser más competitivo debe empezar aplicar nuevas soluciones, las cuales generan beneficios directos en donde son aplicadas, y además generan industria, lo que trae nuevas tecnologías y genera esa sed de superación que nos falta, para poder estar a la par de los países desarrollados.

Política de Calidad de la Empresa: Se pretende contar con un equipo humano dinámico y motivado siempre a dar aportes para el verdadero desarrollo integral de la industria. La empresa quiere contar con un equipo de trabajo altamente comprometido con la investigación y promoción tecnológica con el mejoramiento continuo, su experiencia y desempeño laboral. Profesionales y técnicos que ponen a disposición de la industria sus capacidades y sentido de servicio. Todo el personal contribuirá a desarrollar, mantener y evaluar el sistema de calidad, informando puntualmente de los problemas, sugiriendo mejoras y adhiriéndose a las prácticas registradas. Las bases de nuestro proceso de Calidad Total se expresa mediante:

La preocupación permanente por adelantarse a las necesidades de los clientes internos y externos, manteniendo una actitud investigativa, innovadora, de servicio y de desarrollo, el compromiso y aprovechamiento de las oportunidades de conocimiento y capacitación que le brinda la empresa a todo el personal, el alto sentido de pertenencia, el cual hace a todos sus miembros partícipes en el cumplimiento de los objetivos organizacionales, un programa de empoderamiento implantado en la empresa, mediante el cual se realiza la motivación del factor humano; Todo estos aspectos funcionarán con criterios de alta eficiencia, organizados por procesos y enfocados hacia el trabajo en equipo, para la búsqueda de las mejores oportunidades para la realización de nuevos proyectos.

ANALISIS OPERATIVO LEGAL Y SOCIAL

Tiene como objetivo definir la posibilidad legal y social que exige, para que el negocio se establezca y opere. Temas como permisos, reglamentaciones, leyes, obligaciones, efectos sociales, tipo de sociedad, responsabilidades, entre otros, deben estudiarse detalladamente para visualizar la factibilidad de cumplir estos requerimientos legales y evitar las incidencias negativas sobre la sociedad.

En este plan de negocios todos los empleados contarán con todos los beneficios de la ley, como los son salarios, cesantías, prima de servicios, parafiscales, vacaciones e incentivos.²⁰ Es muy importante resaltar el impacto ambiental del cual hace referencia el plan de negocios con la producción de los ataúdes fúnebres metálicos, ya que aspectos como la deforestación y contaminación de suelos son valor agregado para el entorno ambiental y de los cuales se ha enfatizado en el trabajo. 2011 fue declarado el Año Internacional de los Bosques por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 20 de diciembre de 2006, en su Resolución 61/193, con el propósito de relevar el papel fundamental que cumplen las personas en la ordenación sostenible, la conservación y la explotación sostenible de los bosques del mundo. En consecuencia, el lema del año es “Los bosques, para las personas” y el logo símbolo creado representa algunos de los numerosos valores de los bosques y la necesidad de cambiar totalmente de perspectiva: los bosques proporcionan vivienda a las personas y un hábitat para la diversidad biológica, son fuente de alimentos, medicamentos y agua potable y desempeñan una función vital de estabilización del clima y el medio ambiente mundiales. La unión de todos esos elementos refuerza la idea de que los bosques son vitales para la supervivencia y el bienestar de las personas de todo el mundo, que somos 7.000 millones.²¹

²⁰ Modelo de Análisis Financiero Presupuesto de costos y gastos año 1 Datos de entrada.

²¹ <http://www.aib2011colombia.com/index.php/acerca-del-aib-2011.html>. Año internacional de los bosques 2011.

PROCESO PRODUCTIVO

Se cree que en este proceso el producto pasara por tres etapas para su elaboración. En el producto se plasmara las ideas desarrolladas y también se podrá agregarle mejoras al producto que se van a ir identificando de a cuerdo a lo que se le implante.

Ensamble: Esta es la primera etapa para la fabricación del ataúd fúnebre metálico. Comienza con la recepción de la materia prima y va hasta la operación de pulir soldadura. La lámina pasa a la sección de medido y trazado, donde se dibujan las siluetas década parte del cofre para luego ser cortadas. Luego de ser trazada, la lámina pasa a la sección de corte, donde se obtienen las partes separadas del ataúd. Este corte se realiza en la guillotina o cortadora, la cual realiza cortes rectos únicamente. Como se requieren ciertos espacios para poder realizar bien los dobleces, se realiza un nuevo trazado con el fin de hacer un corte manual. Este corte manual se le llama destijere. En esta operación con la ayuda de unas tijeras para cortar metal, se realizan los cortes que no puede hacer la cortadora y que son necesarios para obtener la forma deseada de cada pieza. Cuando se tienen todas las piezas, se pasa a la sección de doblado, en donde se le dará la forma definitiva a cada una de las partes del ataúd. Estas formas se dan a través de dobleces angulares que se realizan en la dobladora. Cuando se requieren dobleces curvos, se utiliza un dispositivo especial, el cual hace que la lámina tome la forma circular deseada, mientras es soldada. Después de tener todas las partes dobladas, éstas pasan a ser soldadas y luego ensambladas unas con otras para obtener el ataúd metálico.

Pintura: El producto ya tiene una forma definida, en esta parte del proceso. En esta sección será pintado para darle el acabado exterior. Para lograr unas uniones totalmente limpias, se le aplica una masilla epóxica a las uniones, con el fin de tapar todos los espacios que queden en las uniones de las láminas. Además, esta operación es la que le da la hermeticidad al ataúd. La masilla se pule con lija de agua, para obtener una superficie uniforme. Esta masilla además de dar uniformidad, sella las uniones del ataúd. Después de pulir, el ataúd se desengrasa interior y exteriormente, ya que la lámina viene con un recubrimiento antioxidante. Este proceso se realiza con gasolina. Después pasa a la sección de pintura, donde se le aplican distintas capas para tener el

efecto madera deseado (pintura manual) o se le aplica la pintura electrostática, que es un tipo de pintura más resistente.

Decorado: En esta parte del proceso, el ataúd ya está terminado exteriormente, falta decorarlo y embalarlo. En esta operación se trabaja en la parte interior del ataúd. La decoración está compuesta por las telas, guata, vidrio, cuerda y los herrajes o manijas. Al final del proceso, se revisa todo el ataúd para determinar su buen estado o si necesita ciertos arreglos. Cabe anotar que en cada operación existe una inspección realizada por cada operario, con el fin de asegurar al final un producto de óptima calidad. Ya empacados, los ataúdes son almacenados en el área de producto terminado. Aunque existen otros métodos para producir este producto, como el troquelado y el estampado, estos procesos son muy costosos, podría decirse que son hasta 100 veces más costosos, por lo que se recurre a estas tres etapas de elaboración del ataúd, aunque no sea automatizado, se cumple con los requerimientos del producto.

Maquinaria: Las maquinas principales para realizar estos procesos son: Equipos de Pintura, equipos de soldadura, Pulidoras, Dobladoras y cortadoras.

Aislamiento de los Restos: En los últimos años se ha desarrollado un interés creciente por todos los aspectos y agentes que influyen en el mantenimiento del medio ambiente y el sector funerario no se ha quedado al margen. Las técnicas básicas de enterramiento han cambiado poco y en general, repercuten en el empobrecimiento de la calidad de la tierra de los cementerios y la exportación de la contaminación al resto de los elementos medioambientales que se relacionan con los cementerios. Este problema adquiere un carácter aun más grave en los cementerios que están rodeados por sistemas sociales, como colegios, cultivos y demás. Los lixiviados, los restos de los cuerpos, contienen químicos utilizados en el proceso de manejos del cuerpo, los cuales si se ponen en contacto con el ambiente, lo contaminan inmediatamente. Este fenómeno repercute en las aguas subterráneas, cultivos y campos de pastoreo aledaños, por lo que se crea una cadena de transmisión de la contaminación teniendo como objetivo el hombre, que es el eslabón final de esta cadena. Los ataúdes de madera tienen un proceso de descomposición acelerado, por lo que no garantizan el aislamiento de los lixiviados con

el medio. Los ataúdes de metal tienen un proceso de descomposición lento; esto es una ventaja debido que impide que los lixiviados salgan a contaminar el ambiente, pero permite que las bacterias puedan entrar en él y descomponer los restos.

ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

Tiene como objetivo central determinar características económicas del proyecto; para ello existe la necesidad de identificar las necesidades de inversión, los ingresos, los costos, los gastos, la utilidad, los puntos de equilibrio contable y económico, y determinar la posibilidad de que al vender el producto al precio establecido, el negocio deje un excedente adecuado. Este análisis está relacionado con la evaluación integral del proyecto. Adicionalmente este análisis se enfoca en determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de estas y las posibilidades reales de acceso a las mismas. Para ellos se ha manejado un modelo de evaluación de proyectos en el cual se podrá reflejar todos los aspectos financieros y económicos de evaluación para hacer del proyecto una idea sostenible, eficiente y perdurable en el tiempo²² (Anexo Excel).

ANALISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES Y DE LOS VALORES PERSONALES

Trata de analizar los efectos que cambios potenciales en las variables básicas del proyecto pueden generar en sus indicadores de factibilidad. Igualmente analiza al menos, cualitativamente, aquellas variables que no han podido ser incluidas en todas las etapas anteriores y determina que dificultades pueden crear aquellas en el futuro del negocio. Se puede decir que entre los cambios que podría generar el proyecto y las restricciones, encontramos las siguientes:

La falta de conocimiento de las personas acerca de un nuevo material de ataúdes fúnebres en metal, para la venta, lo cual además del precio, trae muchos más beneficios como la salubridad, es decir menos contaminación de los suelos y la deforestación,

²² Modelo de Análisis Financiero, Balance General - Datos de salida.

nombradas anteriormente, la búsqueda de inversionistas que realmente crean en el proyecto, la cultura, ya que muchas personas seguirán prefiriendo el cofre en madera, sin realmente saber las ventajas del nuevo producto y las desventajas del producto antiguo, en madera, los retos de carácter económico. En este caso se hace referencia a fondo de la puesta en acción del negocio. Es decir que existe una dificultad a la hora de buscar las fuentes de financiación para la operación del negocio como tal. El poder cubrir los costos, las inversiones que se necesiten para la realización de un estudio de mercado profundo; y el poder adquirir los activos fijos necesarios.

Así bien, es básico determinar la adecuación de la posición personal del empresario en aspectos legales, éticos, morales, y de gusto personal, en relación con la actividad en sí misma y con las condiciones operativas que exige el negocio, en este caso la producción y comercialización de ataúdes fúnebres metálicos para la ciudad de Bogotá. Como persona emprendedora el ideal es crear empresa, lo cual es un desafío importante en nuestro país, pero si se logra, habrán muchas oportunidades y expectativas personales y de negocio. A todos alguna vez se les habrá pasado por la cabeza crear una propia empresa, pero seguramente muchos han pensado ¿Cómo empiezo? ¿Cuál es el primer paso? ¿Qué tengo que hacer? Pues bien, la idea es que se tenga meditados y previstos los puntos esenciales para una futura empresa en este caso para la producción y comercialización de ataúdes fúnebres metálicos para Bogotá. Cada iniciativa también, por ello, es necesario dejar claros varios aspectos. Para comenzar, no hay soluciones estándar, lo que es bueno para unos puede ser nefasto para otros y las estrategias adecuadas en un determinado momento y para una iniciativa concreta, pueden resultar inadecuadas para otros. Crear y hacer crecer un propio negocio, con decisión y esfuerzo, puede resultar muy enriquecedor y a mediano plazo, rentable, pues lógicamente cada persona se tiene que mantener y vivir. Para ello lo ideal es tener espíritu vocacional y sea eso lo que guíe al emprendedor a lo largo de cualquier aventura empresarial y la alternativa para la libertad financiera. En un empleo, generalmente, las personas solo hacen lo que les toca en sus respectivos cargos. Pero cuando se es un emprendedor, siempre hay que estar creando, innovando, proyectando.

EVALUACION INTEGRAL DEL PROYECTO

Tiene como objetivo central determinar los indicadores de factibilidad del proyecto (tasa interna de retorno, valor presente neto, periodo de pago descontado, balance del proyecto, puntos de equilibrio económico), y el efecto mediante el análisis de sensibilidad, qué cambios en las distintas variables del proyecto puedan tener en esa evaluación ²³ (Ver Anexo Excel).

RESUMEN EJECUTIVO

La Misión de la empresa será para el año 2020 producir ataúdes de la más alta calidad en la forma más eficiente posible, utilizando la tecnología más avanzada; Comprometidos con el desarrollo continuo de nuestros clientes generándoles siempre el mayor valor agregado posible a través de productos y servicios innovadores que sirvan como tributo en los servicios que se proporcionan a las familias, que conjuntamente se tiene el privilegio de servir.

La Visión será Consolidarnos como la empresa más grande e importante en Bogotá y Colombia en los años 2020 en la producción de ataúdes metálicos ofreciendo ataúdes de la más alta calidad al menor costo.

Los detalles y la diversidad de opciones son la clave de un lucrativo negocio, la fabricación de ataúdes metálicos es un nicho de negocio ideal para carpinteros y artesanos decoradores en madera y metal que además permite ofrecer distintas opciones de acuerdo a las posibilidades de inversión. El negocio que consiste en la elaboración de ataúdes metálicos de distintos tamaños y estilos, desde los económicos que se venden por debajo de los UDS 200 ²⁴ hasta los más ostentosos fabricados con los más mínimos detalles, generan gran demanda. Opcionalmente sino se desea dedicarse a la fabricación de las mismas, se puede considerar la opción de importarlas o convertirte en un

²³ Modelo de Análisis Financiero, Datos de entrada y salida.

²⁴ http://www.1000ideasdenegocios.com/2009_08_01_archive.html. Ideas de negocio relacionadas con los productos y servicios funerarios. EEUU 2008.

distribuidor lo cual también permitiría trabajar el negocio aunque con un menor margen de utilidad.

En Colombia el mercado de ataúdes fúnebres metálicos no se ha explorado, por lo que sería una oportunidad de negocio desarrollar este producto el cual se ha posicionado en países como Estados Unidos, México e Inglaterra con una gran producción.

CONCLUSIONES

La falta de cultura en el uso de materiales sustitutos y la resistencia al cambio de las funerarias, son dos de las barreras de entrada más importantes, por lo que se debe atacar la mentalidad de las personas, para que puedan recibir este tipo de productos, el cual trae muchos beneficios económicos, ecológicos y sociales.

En Colombia no existen normas que regulen la utilización de los cementerios, por lo que su uso sin control genera contaminación, viéndose afectado no solo el cementerio, sino también sus alrededores.

El ataúd fúnebre metálico es una solución a largo plazo al problema de lixiviados en los cementerios, por lo que se debe presentar formalmente el proyecto a la Secretaria de Salud de Bogotá o al Ministerio de Salud, con el fin de buscar herramientas para hacer conocer este producto y sus bondades con el ambiente.

La cremación es otra opción que está tomando auge, pero de todas formas la inhumación será siempre la primera opción, por lo que el mercado se va a mantener, así como la posibilidad de entrar en él.

La idea de negocio pretende ofrecer un servicio de apoyo a las empresas funerarias, teniendo como principal objetivo el acceso a ataúdes económicos y completamente diferentes trabajando con los cada uno de los que conformarían la empresa, para lo cual no hay una fórmula mágica del éxito y donde lo primordial es crear complacencia, creando arte y bienestar para los clientes

Finalmente podemos mencionar que los servicios no comunes o especializados son una excelente fuente de ingresos a considerar como por ejemplo: ataúdes para personas obesas, servicios funerarios en jardines de casa como valor agregado y diversificación de portafolio para la expansión de la empresa o idea de negocio (tendencia muy fuerte actualmente en USA), traductores para funerales internacionales, traslados entre ciudades, cremaciones ecológicas, etc.

BIBLIOGRAFÍA

www.sispain.org/spanish/populati/birth.html

www.spanish.xinhuanet.com/spanish/2008/14/content.html

www.dane.gov.co

VARELA V RODRIGO, INNOVACIÓN EMPRESARIAL. ARTE Y CIENCIA EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS - 2 EDICIÓN, BOGOTA, d.C. PEARSON EDUCACIÓN DE COLOMBIA Ltda., 2001.

DANE. Anuarios Generales de Estadística y Tabulados de defunciones, Bogotá, 2008.

MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL Y DE LA SALUD. Situación de Salud en Colombia, indicadores básicos. 2007.

SECRETARIA DE SALUD, DISTRITAL DE SALUD. Decretos y resoluciones emitidos sobre temas funerarios. Tablas de mortalidad.

REVISTA DINERO. NOVIEMBRE 9 DEL 2007, PÁG. 91.

REVISTA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS EAN NUMERO 27.

DANE. Mortalidad según condiciones de vida, 1998.

SECRETARIA DE SALUD DE BOGOTA, Vigilancia en Salud Pública. 2008
CRA 32 –CALLE 13 INNUMACIONES.

CANEVA RAFAEL, MONOPOLIO DE ATAÚDES - EDICIONES MEDIODIA.
UNIVERSIDAD DE NARIÑO, PASTO – NARIÑO 1983.

PLAN DE NEGOCIOS ATAÚDES FUNEBRES METÁLICOS CON SEDE EN BOGOTÁ

MENU PRINCIPAL

DATOS DE ENTRADA

DATOS PERSONALES Y DE LA EMPRESA

LITERATURA DEL PROYECTO

PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1

PRESUPUESTO DE COMPRA AÑO 1

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS AÑO 1

PLAN DE INVERSION Y FINANCIACION

DATOS DE SALIDA

PRESUPUESTO DE COMPRAS Y VENTAS AÑOS

PRESUPUESTO COSTOS Y GASTOS AÑOS

RESUMEN PLAN DE INVERSION Y FINANCIACION -
TABLA DE AMORTIZACION

ESTADOS DE RESULTADOS

BALANCE GENERAL

FLUJO DE CAJA

INDICADORES FINANCIEROS

DATOS PERSONALES Y DE LA EMPRESA

PROYECTO PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES FUNEBRES METÁLICAS

1, DATOS PERSONALES EMPRENDEDOR

Nombre:	DAVID LOPEZ ORTIZ	Tipo Documento	C.C.	No.	87.068.214
Estado Civil	SOLTERO	No.Hijos		F.Nacimiento	29-dic-84 (dd/mm/año)
Direccion residencia	CLL 152 N 72-35 T6 AP 504	Localidad			
Barrio	COLINA CAMPESTRE	Telefono	3.554.429		
Personas a cargo	N-A	Movil	3.015.664.413	Correo elec.	LOPEZGMS@HOTMAIL.COM
Vivienda	FAMILIAR	Nacionalidad	COLOMBIANA		

ECONOMICOS

Ocupacion	ESTUDIANTE	Sueldo Mensual	\$ 1.000.000
Activos	\$ 50.000.000	Otros ingresos	\$ 500.000
Pasivos	\$ 10.000.000		

REFERENCIAS

Nombre	DAVID ESCRUCERIA	Direccion	CLL 83 N 22A 69	Telefono	3103894454
Nombre	GUSTAVO SANCHEZ	Direccion	CLL 54 N 6	Telefono	3007793768
Nombre	JUAN PABLO GUERRERO	Direccion	CLL 152 N 72-35	Telefono	3014215795

ESTUDIOS

Institucion donde estudio	PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA	Unidad de emprendimiento que orienta el plan de Negocios	
Especialidad - Tipo Profesion	ADMINISTRADOR DE EMPRESAS		
SE ENCUENTRA REPORTADO EN MORA EN ALGUNA CENTRAL DE RIESGO		SI	NO
			X

2, DATOS PERSONALES CODEUDOR

Nombre	ALVARO LOPEZ VASQUEZ	Documento	C.C.	No.	N-A
Estado Civil	SOLTERO	No.Hijos	2	F.Nacimiento	30-mar-56 (dd/mm/año)
Direccion residencia	CRA 35 N 18 85	Localidad	PASTO	Telefono Res.	
Barrio	PALERMO	Direccion Laboral	N-A	Telefono Emp	3006148696
		Correo Electronico	ALLOVA@HOTMAIL.COM	Movil	3006148696

ECONOMICOS

Ocupacion	Independiente		
Sueldo Mensual	\$ 3.500.000		
Activos	\$ 50.000.000	Otros ingresos	\$ 1.000.000
Pasivos	\$ 15.000.000		
Vivienda	Familiar		

REFERENCIAS

Nombre		Direccion		Telefono	
Nombre		Direccion		Telefono	
Nombre		Direccion		Telefono	

3, DATOS GENERALES DE LA EMPRESA O PROYECTO

Nombre de la Empresa	N-A	Direccion Negocio	N-A
Actividad Economica	COMERCIALIZACION - PRODUCCION	Barrio	N-A
Fecha inicio del proyecto	2013	Clase de empresa	Comercial
Telefono	N-A		

4, ASESOR DEL PROYECTO

Unidad de Emprendimiento	PLAN DE NEGOCIOS	Nombre del Lider	DAVID LÓPEZ ORTIZ
Telefono de la Unidad	N-A	Telefonos del lider	N-A
Centro del Sena	N-A	Direccion de la Unidad	N-A
Nombre del Asesor	N-A	No. Movil Asesor	3005664413

Nombre del Proyecto

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES FUNEBRES METÁLICOS CON SEDE LA CIUDAD DE BOGOTÁ.

Nombre del Emprendedor

DAVID LOPEZ ORTIZ

Menu

PLAN DE NEGOCIO

1, RESUMEN EJECUTIVO

"Plan de negocios para una empresa productora y comercializadora de ataúdes funebres metálicos con sede en la ciudad de Bogotá".
Por medio del siguiente trabajo se realizará un plan de negocios para ver la viabilidad de la producción y comercialización de ataúdes en la ciudad de Bogotá, con el objetivo principal de contar con la mayor competitividad y rentabilidad para el negocio, teniendo en cuenta las diferentes variables que influyen en desarrollo del proyecto. Los ataúdes metálicos en Colombia son una novedad ya que esta línea de producto no está consolidada en el país, su utilización no es muy generalizada, por lo que no hay oferta de este producto en nuestro país; Existen empresas artesanales que no cumplen la demanda del país, además que la idea principal del producto, es hacer de él, lo mejor es decir crear un ataúd metálico de calidad, teniendo como foco base sus acabados, presentación y precio, entre otras mejoras que se pueden adicionar al producto con el tiempo y que se darán a conocer en el desarrollo del proyecto.
También es importante saber el porqué de los materiales lo cual hace pensar en la innovación, ya que la creación de ataúdes funebres de madera sería realmente costosa ya que la comercialización y obtención de madera no es algo sencillo por los problemas culturales que implica como la deforestación de bosques, además del los problemas ecológicos que esta implica, como las contaminaciones en los cementerios, que afectan las tierras cercanas al mismo.
En Colombia el mercado de ataúdes funebres metálicos no se ha explorado, por lo que sería una oportunidad de negocio desarrollar este producto el cual se ha posicionado en países como EE.UU., México, Inglaterra con una gran producción.

2, INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO

Al hablar de la creación de un plan de negocios para una empresa productora y comercializadora de cofres funebres metálicos con sede en la ciudad de Bogotá, se deben dar a conocer diferentes elementos relacionados con el producto a ofrecer; ya que aspectos como la cuestión tradicional o cultural de las personas, hace que el producto sea vendido satisfactoriamente. Es el caso en la actualidad Colombiana de los cofres funebres los cuales en su mayoría han sido de madera, lo que hace que este material monopolice el mercado. En la ciudad de Bogotá se podría decir que son muy tradicionalistas, además en esta ciudad existen aproximadamente 95 funerarias realmente constituidas con una oferta de todo tipo para distintos sectores económicos y sociales.

3, ANALISIS DE MERCADO

Los ataúdes metálicos al ser una novedad en Colombia, estarán dirigidos a todo tipo de cliente. El mercado objetivo está desde niños de 2 años, adolescentes, adultos y ancianos. El producto al ser una novedad, ya que no existe ninguna empresa consolidada con el producto de ataúdes metálicos funebres en Bogotá, será de gran entrada en el mercado por su precio (Promedio \$80.000 mil pesos - 40 Uds. X unidad), ya que se manejarán precios muy bajos con respecto a los ataúdes en madera que ofrecen las funerarias de Bogotá en la actualidad. Al ser la única empresa productora y comercializadora de ataúdes metálicos en la ciudad de Bogotá, facilitara conseguir aliados estratégicos, como lo son las funerarias del sector (Los Olivos, Funeraria Gaviría, Jardines de Paz, entre otras), generando mayor expansión para la empresa. Adicionalmente se pretende crear proyectos estratégicos de e-business para integrar y automatizar los procesos más importantes de la organización mediante soluciones tecnológicas que permitan ofrecer mejores productos y servicios a los clientes en menor tiempo. Algunos de estos proyectos que se contemplarían con el tiempo son la implementación de un sistema de planeación de recursos empresariales (ERP), el desarrollo de un portal informático enfocado a mejorar el nivel de servicio ofrecido a nuestros clientes y otro portal de comunicaciones enfocado a nuestros proveedores para optimizar la cadena de abastecimiento de la empresa.(SCM).

4. ANALISIS TECNICO

Los ataúdes metálicos tienen como producto principal, las láminas metálicas, la cual mediante el proceso productivo de corte, soldadura y acabados generan el producto del ataúd metálico con equipos como la maquina de corte de láminas metálicas y materiales requeridos para el proceso. Esto mediante los estándares de calidad exigidos por los entes de control y las normatividad ISO9000 para procesos productivos y su posterior comercialización.

Otras especificaciones son que el ataúd estará completamente amoblado para su uso inmediato, decorado por encajes y adornos metálicos. El cuerpo del ataúd contiene dos partes, cajón y la tapa con el plano medio que divide material de ataúd compuesto en su interior por cartón multicapa y la lamina de metal.

El cuerpo del ataúd, consta de dos partes, superior e inferior. Está hecho de car papel reciclado, capa resistente al agua y la capa de refuerzo en el interior. Refuerzo espacial de la caja está garantizado por láminas de metal. La Tapa del ataúd está inserta en la parte inferior, el cual está adecuado para el entierro.

La Capacidad de carga es de 110 kg / prueba de 140 kg, la Permeabilidad es en promedio de 200 horas. El Peso del modelo básico del ataúd metálico es de 15kg a 20kg dimensiones de 1900 x 560 x 450 milímetros . Es importante aclarar que este peso puede variar de acuerdo al requerimiento que haga cliente.

5. ANALISIS ADMINISTRATIVO

La empresa tendrá un total de 5 trabajadores, dentro de los cuales están: Secretaria, Auxiliar de Bodega, Técnico para la manipulación de la maquina cortadora, subdirector y gerente de la empresa. Dentro de la empresa habrá políticas de motivación basándonos en la teoria de la Monotonía del Autor Elton Mayo . Los empleados tendrán constante comunicación, es decir podrán expresar sus ideas, pensamientos y requerimientos al gerente de la empresa, ya que los empleados son el futuro y herramienta principal de la empresa y por ende la motivación laboral es una de las razones fundamentales para su estabilidad. La empresa tendrá una estructura jerárquica definida, pero con principios descentralizados para cualquier solicitud que se presente por parte de los trabajadores.

La Misión de la empresa será para el año 2014 producir ataúdes de la más alta calidad en la forma más eficiente posible, utilizando la tecnología más avanzada; Comprometidos con el desarrollo continuo de nuestros clientes generándoles siempre el mayor valor agregado posible a través de productos y servicios innovadores que sirvan como tributo en los servicios que se proporcionan a las familias, que conjuntamente se tiene el privilegio de servir.

La Visión será Consolidarnos como la empresa más grande e importante en Bogotá y Colombia en los años 2018 en la producción de ataúdes metálicos ofreciendo ataúdes de la más alta calidad al menor costo.

ANÁLISIS MATRIZ DOFA

Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del negocio y el entorno

6. ANALISIS SOCIAL Y LEGAL

Este plan de negocios será para una sociedad anónima, legalmente constituida en la cámara de comercio, todos los empleados contarán con todos los beneficios de la ley, como los son salarios, cesantías, prima de servicios, parafiscales, vacaciones e incentivos. Es muy importante resaltar el impacto ambiental del cual hace referencia el plan de negocios con la producción de los ataúdes fúnebres metálicos, ya que aspectos como la deforestación y contaminación de suelos son valor agregado para el entorno ambiental y de los cuales se ha enfatizado en el trabajo.

7. ANALISIS FINANCIERO

Tiene como objetivo central determinar características económicas del proyecto; para ello existe la necesidad de identificar las necesidades de inversión, los ingresos, los costos, los gastos, la utilidad, los puntos de equilibrio contable y económico, y determinar la posibilidad de que al vender el producto al precio establecido, el negocio deje un excedente adecuado. Este análisis está relacionado con la evaluación integral del proyecto.

8. ANALISIS DE RIESGOS INTANGIBLES

Trata de analizar los efectos que cambios potenciales en las variables básicas del proyecto pueden generar en sus indicadores de factibilidad. Igualmente analiza al menos, cualitativamente, aquellas variables que no han podido ser incluidas en todas las etapas anteriores y determina que dificultades pueden crear aquellas en el futuro del negocio.

- La falta de conocimiento de las personas acerca de un nuevo material de ataúdes fúnebres en metal, para la venta, lo cual además del precio, trae muchos más beneficios como la salubridad, es decir menos contaminación de los suelos y la deforestación, nombradas anteriormente.

- La búsqueda de inversionistas que realmente crean en el proyecto.

- La cultura, ya que muchas personas seguirán prefiriendo el cofre en madera, sin realmente saber las ventajas del nuevo producto y las desventajas del producto antiguo, en madera.

- Los retos de carácter económico. En este caso se hace referencia a fondo de la puesta en acción del negocio. Es decir que existe una dificultad a la hora de buscar las fuentes de financiación para la operación del negocio como tal. El poder cubrir los costos, las inversiones que se necesitan para la realización de un estudio de mercado profundo; y el poder adquirir los activos fijos necesarios. Así bien, es básico determinar la adecuación de la posición personal del empresario en aspectos legales, éticos, morales, y de gusto personal, en relación con la actividad en sí misma y con las condiciones operativas que exige el negocio, en este caso la producción y comercialización de ataúdes fúnebres metálicos para la ciudad de Bogotá. Como persona emprendedora el ideal es crear empresa, lo cual es un desafío importante en nuestro país, pero si se logra, habrán muchas oportunidades y expectativas personales y de negocio.

9. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Tiene como objetivo central determinar los indicadores de factibilidad del proyecto (tasa interna de retorno, valor presente neto, periodo de pago descontado, balance del proyecto, puntos de equilibrio económico), y el efecto mediante el análisis de sensibilidad, qué cambios en las distintas variables del proyecto puedan tener en esa evaluación.

Menu



Nombre del Proyecto

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES FUNEBRES METÁLICOS CON SEDE LA CIUDAD DE BOGOTÁ

Nombre del Emprendedor

DAVID LOPEZ ORTIZ

PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1



ESTRUCTURA DEL MERCADO - UNIDADES

CAPACIDAD MANO DE OBRA INSTALADA

VENTAS ANUALES POR PRODUCTO

CICLICIDAD VENTAS EN EL AÑO

Menu

Menu

1- ESTRUCTURA DEL MERCADO - UNIDADES

PRODUCTO	MERCADO POTENCIAL CLIENTES	CONSUMO ANUAL PERCAPITA	VENTA UNIDADES AÑO 1	PARTICIPACION % MERCADO OBJETIVO
ATAUDES METALICOS	30.000	1	3.000	10%
				#¡DIV/0!
Total			3.000	

Submenu

Menu

2-CAPACIDAD INSTALADA MANO DE OBRA

PRODUCTO		HORAS AÑO OPERARIO TURNO	UNIDADES HORA HOMBRE	CAPACIDAD INSTALADA POR OPERARIO AÑO 1	TIEMPO DE DEDICACION % AÑO 1	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD REQUERIDA
ATAUDES METALICOS	Unidad	2.000	4	8.000	100%	8.000	3.000
	Unidad						
	Unidad						
	Unidad						
	Unidad						
	Unidad						
Total				8.000	100%	8.000	3.000

Submenu

Menu

3- VENTAS ANUALES POR PRODUCTO

NOMBRE PRODUCTO	UNIDADES A VENDER	PRECIO DE VTA UNIT.	VENTAS TOTALES \$ AÑO 1
ATAUDES METALICOS	3.000	80.000	240.000.000
SUBTOTAL	3.000	80.000	240.000.000

PERIODO	INCREMENTO ANUAL PRECIO %	BASE + INCREMENTO
Año 2	5%	105%
Año 3	5%	105%
Año 4	5%	105%
Año 5	5%	105%

Submenu

Menu

4- CICLICIDAD VENTAS EN EL AÑO

CALIFICACION COMPORTAMIENTO VENTAS	CALIFICACION
Muy alto	9
Alto	7
Normal	5
Bajo	3

De acuerdo a la estacionalidad de su portafolio califique los meses según la tabla anterior	ANO 1		
	UNIDADES	VENTAS \$	
Enero	5	1.250	100.000.000
Febrero	7	1.750	140.000.000
Marzo			
Abril			
Mayo			
Junio			
Julio			
Agosto			
Septiembre			
Octubre			
Noviembre			
Diciembre			
Total	12	3.000	240.000.000

Menu

Submenu

Menu



Nombre del Proyecto PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FUNEBS METÁLICOS CON SEDE LA CIUDAD DE BOGOTÁ



Nombre del Emprendedor DAVID LOPEZ ORTIZ

PRESUPUESTO DE COMPRAS AÑO 1



- CONSUMO MATERIA PRIMA POR PRODUCTO**
- UNIDADES A PRODUCIR**
- PROGRAMA DE COMPRAS MATERIA PRIMA**

Menu

2- UNIDADES A PRODUCIR

PRODUCTO	UNIDADES AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO TOT AÑO 1
ATAUDES METALICOS	3.000	13.000	39.000.000
Total	3.000	13.000	39.000.000

PERIODO	INCREMENTO ANUAL COSTOS %	BASE + INCREMENTO
Año 2	5%	105%
Año 3	5%	105%
Año 4	5%	105%
Año 5	5%	105%

Submenu

Menu

3- PROGRAMA DE COMPRAS MATERIA PRIMA

CALIFICACION COMPORTAMIENTO COMPRAS	CALIFICACION
Muy alto	9
Alto	7
Normal	5
Bajo	3

	ANO 1 UNIDADES	ANO 1 COMPRAS \$
Enero	5	1.250
Febrero	7	1.750
Marzo		
Abril		
Mayo		
Junio		
Julio		
Agosto		
Septiembre		
Octubre		
Noviembre		
Diciembre		
Total	12	3.000

Menu

Submenu

Menu



Nombre del Proyecto
Nombre del Emprendedor



PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCI. DE ATAÚDES FUNEBRES METÁLICOS CON SEDE LA CIUDAD DE I
DAVID LOPEZ ORTIZ

PRESUPUESTO DE COSTOS Y
GASTOS AÑO 1



- REQUERIMIENTOS DE PERSONAL
- OTROS COSTOS DE PRODUCCION Y GASTOS DE ADMON Y VTAS
- OTROS GASTOS FINANCIEROS

Menu

Menu

1- REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

MANO DE OBRA			ADMINISTRACION			VENTAS		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1	CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1	CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
TECNICO MAQUINARIA	1.600.000	19.200.000	GERENTE	3.000.000	36.000.000			
AUXILIAR BODEGA	1.200.000	14.400.000	SUBDIRECTOR	2.000.000	24.000.000			
SECRETARIA	1.100.000	13.200.000						
Subtotal	3.900.000	46.800.000	Subtotal	5.000.000	60.000.000	Subtotal		
Parafiscales	351.000	4.212.000	Parafiscales	450.000	5.400.000	Parafiscales		
Cesantías	324.870	3.898.440	Cesantías	416.500	4.998.000	Cesantías		
Intereses sobre Cesantías	3.249	38.984	Intereses sobre Cesantías	4.165	49.980	Intereses sobre Cesantías		
Prima de Servicios	324.870	3.898.440	Prima de Servicios	416.500	4.998.000	Prima de Servicios		
Vacaciones	162.630	1.951.560	Vacaciones	208.500	2.502.000	Vacaciones		
Total salarios	5.066.619	60.799.424		6.495.665	77.947.980			

PARAFISCALES Y PRESTACIONES SOCIALES	TASA	TASA
Parafiscales	29,00%	9,00%
Cesantías	8,33%	8,33%
Intereses sobre Cesantías	1,00%	1,00%
Prima de Servicios	8,33%	8,33%
Vacaciones	4,17%	4,17%
Total	50,83%	30,83%

PERIODO	INCREMENTO %	BASE MAS INCREMENTO
AÑO 2	6,00%	106%
AÑO 3	6,00%	106%
AÑO 4	6,00%	106%
AÑO 5	6,00%	106%

Submenu

Menu

2- OTROS COSTOS DE PRODUCCION Y GASTOS DE ADMON Y VTAS

OTROS COSTOS DE PRODUCCION			GASTOS DE ADMINISTRACION			GASTOS DE VENTAS		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1	CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1	CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
Renta	450.000	5.400.000	Renta	625.000	7.500.000	Renta		
SS Energia	35.000	420.000	SS Energia	60.000	720.000	SS Energia	50.000	600.000
SS Agua			SS Agua	80.000	960.000	SS Agua		
SS Telefono			SS Telefono	45.000	540.000	SS Telefono e Internet	90.000	1.080.000
Suministros de oficina			Suministros de oficina	30.000	360.000	Suministros de oficina		
Mantenimiento			Subsidio de transporte	70.000	840.000	Publicidad	600.000	7.200.000
Subsidio de transporte						Subsidio de transporte	70.000	840.000
Transporte								
Dotaciones	50.000	600.000						
Subtotal	535.000	6.420.000	Subtotal	910.000	10.920.000	Subtotal	810.000	9.720.000

PERIODO	INCREMENTO %	BASE MAS INCREMENTO
AÑO 2	5%	105%
AÑO 3	5%	105%
AÑO 4	5%	105%
AÑO 5	5%	105%

Submenu

Menu

3- OTROS GASTOS FINANCIEROS

PERIODO	LEY MIPYME	COMISION FNG
%	4.50%	3.85%
Año 1	1.813.510	1.551.559
Año 2	1.528.438	1.307.664
Año 3	1.152.168	1.152.168
Año 4		
Año 5		
Total	4.494.116	4.011.390

Submenu

Menu

 Menu



Nombre del Proyecto

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES FUNEBRES METÁLICOS CON SEDIA

Nombre del Emprendedor

DAVID LOPEZ ORTIZ



PLAN DE INVERSION Y FINANCIACION



POLITICAS CAPITAL DE TRABAJO

PLAN DE INVERSION Y FINANCIACION

Menu

Salida

Menu

1- POLITICAS CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	POLITICA EN DIAS	BASE	AÑOS/PESOS \$				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja y Bancos (Nomina)	15	Sueldos	4.450.000				
Caja y Bancos (Gastos operativos)	15	Gastos operativos	1.127.500				
Inventario Materia Prima (LAN)	30	Compras anuales	3.250.000	3.412.500	3.583.125	3.762.281	3.950.395
Inventario Productos en Proceso	1	Costo de Producción	298.841	315.283	330.286	348.627	367.999
Inventario Productos Terminados	30	Costo de Ventas	8.965.230	9.458.477	9.908.593	10.458.812	11.039.958
Cartera	30	Ventas anuales		21.000.000	22.050.000	23.152.500	24.310.125
		Total Capital de Trab.	18.091.571	34.186.259	35.872.004	37.722.221	39.668.477

GASTOS DE PUESTA EN M.	\$		AÑO 1 \$	AÑOS AMORTIZACION
GASTOS DE PUESTA EN M.	14000000		14000000	
Total gastos puesta en mar	14000000	Total gastos puesta	14000000	5

OTROS CONCEPTOS			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Proveedores (Dias)	30		3.250.000	3.412.500	3.583.125	3.762.281	3.950.395

Submenu

Menu

2- PLAN DE INVERSION Y FINANCIACION

CAPITAL DE TRABAJO	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL
Inventario materia prima		3.250.000			3.250.000
Inventario productos en proceso	298.841				298.841
Inventario productos terminados	8.965.230				8.965.230
Cartera					
Inversiones diferidas	14.000.000				14.000.000
Caja	5.577.500				5.577.500
Total capital de trabajo	28.841.571	3.250.000			32.091.571

ACTIVOS FIJOS (Discriminar)	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL REQUERIDO	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACION AÑO 1
Terrenos							
Construcciones						2	
Total maquinaria y equipo:	4.200.000			3.500.000	7.700.000	15	513.333
UNIDADES	2.500.000			2.500.000	5.000.000		
CORTADOR LAMINAS METALICAS	1.700.000			1.000.000	2.700.000		
Total muebles y enseres:	1.700.000				1.700.000	2	850.000
ESCRITORIOS	1.700.000				1.700.000		
Vehiculos:						1	
Total inversión fija	5.900.000			3.500.000	9.400.000	20	1.363.333
Inversión Total	34.741.571			3.500.000	41.491.571	20	1.363.333
Participación %	83,73%			8,44%	100,00%		

Menu

Submenu

Menu



Nombre del Proyecto
Nombre del Emprendedor

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES FUNEBRES METÁLICOS CON SEDE LA CIUDAD DE BOGOTÁ
DAVID LOPEZ ORTIZ



COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES FUNEBRES METÁLICOS CON SEDE LA CIUDAD DE BOGOTÁ

PRESUPUESTO DE COMPRAS Y VENTAS AÑOS



RESUMEN PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS (INSUMOS)

VENTAS MESES Y ANUALIZADOS

Menu

Menu

1- RESUMEN PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS (INSUMOS)

Producto	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Total Unidades	Total Costo	Ventas \$	Total Unidades	Total Costo	Ventas \$	Total Unidades	Total Costo	Ventas \$	Total Unidades	Total Costo	Ventas \$	Total Unidades	Total Costo	Ventas \$
ATAUDES METALICOS	3.000	39.000.000	240.000.000	3.000	40.950.000	252.000.000	3.000	42.997.500	264.600.000	3.000	45.147.375	277.830.000	3.000	47.404.744	291.721.500
Total	3.000	39.000.000	240.000.000	3.000	40.950.000	252.000.000	3.000	42.997.500	264.600.000	3.000	45.147.375	277.830.000	3.000	47.404.744	291.721.500

Submenu

Menu

Menu

2- VENTAS MESES Y ANUALIZADOS

MESES	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Ciclicidad	Unidades	Ventas \$												
Enero	5	1.250	100.000.000	5	1.250	105.000.000	5	1.250	110.250.000	5	1.250	115.762.500	5	1.250	121.550.625
Febrero	7	1.750	140.000.000	7	1.750	147.000.000	7	1.750	154.350.000	7	1.750	162.067.500	7	1.750	170.170.875
Marzo															
Abril															
Mayo															
Junio															
Julio															
Agosto															
Septiembre															
Octubre															
Noviembre															
Diciembre															
Total		3.000	240.000.000	12	3.000	252.000.000	12	3.000	264.600.000	12	3.000	277.830.000	12	3.000	291.721.500

Submenu

Menu



Nombre del Proyecto

Nombre del Emprendedor



PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES FUNEBR

DAVID LOPEZ ORTIZ

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS
AÑO 1

REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

OTROS COSTOS DE PRODUCCION Y GASTOS DE
ADMN Y VTAS

OTROS GASTOS FINANCIEROS

Menu

Menu

1- REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

MANO DE OBRA

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo	46.800.000	49.608.000	52.584.480	55.739.549	59.083.922
Parafiscales	4.212.000	4.464.720	4.732.603	5.016.559	5.317.553
Cesantías	3.898.440	4.132.346	4.380.287	4.643.104	4.921.691
Intereses sobre cesantías	38.984	41.323	43.803	46.431	49.217
Prima de servicios	3.898.440	4.132.346	4.380.287	4.643.104	4.921.691
Vacaciones	1.951.560	2.068.654	2.192.773	2.324.339	2.463.800
Total	60.799.424	64.447.390	68.314.233	72.413.087	76.757.872

ADMINISTRACION

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo	60.000.000	63.600.000	67.416.000	71.460.960	75.748.618
Parafiscales	5.400.000	5.724.000	6.067.440	6.431.486	6.817.376
Cesantías	4.998.000	5.297.880	5.615.753	5.952.698	6.309.860
Intereses sobre cesantías	49.980	52.979	56.158	59.527	63.099
Prima de servicios	4.998.000	5.297.880	5.615.753	5.952.698	6.309.860
Vacaciones	2.502.000	2.652.120	2.811.247	2.979.922	3.158.717
Total	77.947.980	82.624.859	87.582.350	92.837.291	98.407.529

VENTAS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo					
Parafiscales					
Cesantías					
Intereses sobre cesantías					
Prima de servicios					
Vacaciones					
Total					

Submenu

Menu

2- OTROS COSTOS DE PRODUCCION Y GASTOS DE ADMON Y VTAS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Otros costos indirectos de producción	6.420.000	6.741.000	7.078.050	7.431.953	7.803.550
Gastos de administración	10.920.000	11.466.000	12.039.300	12.641.265	13.273.328
Gastos de ventas	9.720.000	10.206.000	10.716.300	11.252.115	11.814.721
Total	27.060.000	28.413.000	29.833.650	31.325.333	32.891.599

[Submenu](#)[Menu](#)

3- OTROS GASTOS FINANCIEROS

PERIODO	LEY MIPYME	COMISION FNG
Año 1	1.813.510	1.551.559
Año 2	1.528.438	1.307.664
Año 3	1.152.168	1.152.168
Año 4		
Año 5		

 Menu

Submenu

Menu



Nombre del Proyecto

Nombre del Emprendedor

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ATAÚDES FUNEBRES METÁLICOS CON SEDE LA CIUDAD DE BOGOTÁ.

DAVID LOPEZ ORTIZ



RESUMEN PLAN DE INVERSION Y FINANCIACION



PLAN DE INVERSION Y FINANCIACION

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACION DIFERIDO

TABLA DE AMORTIZACION

Menu

Menu

Fuente

1- PLAN DE INVERSION Y FINANCIACION

CAPITAL DE TRABAJO	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL
Inventario materia prima		3.250.000			3.250.000
Inventario productos en proceso	298.841				298.841
Inventario productos terminados	8.965.230				8.965.230
Cartera					
Inversiones diferidas	14.000.000				14.000.000
Caja	5.577.500				5.577.500
Total capital de trabajo	28.841.571	3.250.000			32.091.571

ACTIVOS FIJOS (Discriminar)	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL
Terrenos					
Construcciones					
Maquinaria y equipo	4.200.000			3.500.000	7.700.000
Muebles y enseres	1.700.000				1.700.000
Vehiculos					
Total inversión fija	5.900.000			3.500.000	9.400.000
Inversión Total	34.741.571	3.250.000		3.500.000	41.491.571
Participación %	84%	8%		8%	100%

Submenu

Menu

2-DEPRECIACIONES

ACTIVOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Construcciones					
Maquinaria y equipo	513.333	513.333	513.333	513.333	513.333
Muebles y enseres	850.000	850.000			
Vehiculos					
Total	1.363.333	1.363.333	513.333	513.333	513.333

3-AMORTIZACION DEL DIFERIDO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Puesta en marcha	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000

Menu

Submenu

Menu

TABLA DE AMORTIZACION CREDITO

1- IMPUESTOS

CONCEPTO	%
Impuesto de Renta	33,00%
IVA	16,00%

Valor préstamo	34.741.571
Tasa efectiva	31,99%
Tasa nominal	26,08%
Interes mensual	2,34%
Plazo	48

Submenu

Menu

CUOTA No.	VR. CUOTA	INTERESES	CAPITAL	SALDO
1	\$ 1.212.409	\$ 812.953	\$ 399.456	\$ 34.342.114
2	\$ 1.212.409	\$ 803.605	\$ 408.804	\$ 33.933.311
3	\$ 1.212.409	\$ 794.039	\$ 418.370	\$ 33.514.941
4	\$ 1.212.409	\$ 784.250	\$ 428.160	\$ 33.086.781
5	\$ 1.212.409	\$ 774.231	\$ 438.178	\$ 32.648.603
6	\$ 1.212.409	\$ 763.977	\$ 448.432	\$ 32.200.171
7	\$ 1.212.409	\$ 753.484	\$ 458.925	\$ 31.741.246
8	\$ 1.212.409	\$ 742.745	\$ 469.664	\$ 31.271.582
9	\$ 1.212.409	\$ 731.795	\$ 480.654	\$ 30.790.928
10	\$ 1.212.409	\$ 720.508	\$ 491.901	\$ 30.299.026
11	\$ 1.212.409	\$ 708.997	\$ 503.412	\$ 29.795.614
12	\$ 1.212.409	\$ 697.217	\$ 515.192	\$ 29.280.422
13	\$ 1.212.409	\$ 685.162	\$ 527.247	\$ 28.753.175
14	\$ 1.212.409	\$ 672.824	\$ 539.585	\$ 28.213.590
15	\$ 1.212.409	\$ 660.198	\$ 552.211	\$ 27.661.379
16	\$ 1.212.409	\$ 647.276	\$ 565.133	\$ 27.096.246
17	\$ 1.212.409	\$ 634.052	\$ 578.357	\$ 26.517.889
18	\$ 1.212.409	\$ 620.519	\$ 591.891	\$ 25.925.999
19	\$ 1.212.409	\$ 606.668	\$ 605.741	\$ 25.320.258
20	\$ 1.212.409	\$ 592.494	\$ 619.915	\$ 24.700.343
21	\$ 1.212.409	\$ 577.988	\$ 634.421	\$ 24.065.921
22	\$ 1.212.409	\$ 563.143	\$ 649.267	\$ 23.416.655
23	\$ 1.212.409	\$ 547.950	\$ 664.459	\$ 22.752.195
24	\$ 1.212.409	\$ 532.401	\$ 680.008	\$ 22.072.188
25	\$ 1.212.409	\$ 516.489	\$ 695.920	\$ 21.376.268
26	\$ 1.212.409	\$ 500.205	\$ 712.205	\$ 20.664.063
27	\$ 1.212.409	\$ 483.539	\$ 728.870	\$ 19.935.193
28	\$ 1.212.409	\$ 466.484	\$ 745.926	\$ 19.189.267
29	\$ 1.212.409	\$ 449.029	\$ 763.380	\$ 18.425.887
30	\$ 1.212.409	\$ 431.166	\$ 781.243	\$ 17.644.644
31	\$ 1.212.409	\$ 412.885	\$ 799.525	\$ 16.845.119
32	\$ 1.212.409	\$ 394.176	\$ 818.233	\$ 16.026.886
33	\$ 1.212.409	\$ 375.029	\$ 837.380	\$ 15.189.506
34	\$ 1.212.409	\$ 355.434	\$ 856.975	\$ 14.332.531
35	\$ 1.212.409	\$ 335.381	\$ 877.028	\$ 13.455.503
36	\$ 1.212.409	\$ 314.859	\$ 897.550	\$ 12.557.952
37	\$ 1.212.409	\$ 293.856	\$ 918.553	\$ 11.639.399
38	\$ 1.212.409	\$ 272.362	\$ 940.047	\$ 10.699.352
39	\$ 1.212.409	\$ 250.365	\$ 962.044	\$ 9.737.308
40	\$ 1.212.409	\$ 227.853	\$ 984.556	\$ 8.752.752
41	\$ 1.212.409	\$ 204.814	\$ 1.007.595	\$ 7.745.157
42	\$ 1.212.409	\$ 181.237	\$ 1.031.173	\$ 6.713.984
43	\$ 1.212.409	\$ 157.107	\$ 1.055.302	\$ 5.658.682
44	\$ 1.212.409	\$ 132.413	\$ 1.079.996	\$ 4.578.986
45	\$ 1.212.409	\$ 107.141	\$ 1.105.268	\$ 3.473.416
46	\$ 1.212.409	\$ 81.278	\$ 1.131.131	\$ 2.342.287
47	\$ 1.212.409	\$ 54.810	\$ 1.157.600	\$ 1.184.687
48	\$ 1.212.409	\$ 27.722	\$ 1.184.687	\$ 0

Submenu

Menu



Menu

Nombre del Proyecto

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA

Nombre del Emprendedor

DAVID LOPEZ ORTIZ



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
Secretaría Distrital de Hacienda

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	240.000.000	252.000.000	264.600.000	277.830.000	291.721.500
Costo Materia Prima	39.000.000	40.950.000	42.997.500	45.147.375	47.404.744
Depreciaciones	1.363.333	1.363.333	513.333	513.333	513.333
Costos Indirectos de Fabricación	6.420.000	6.741.000	7.078.050	7.431.953	7.803.550
Mano de Obra	60.799.424	64.447.390	68.314.233	72.413.087	76.757.872
TOTAL COSTO DE VENTAS	107.582.758	113.501.723	118.903.117	125.505.748	132.479.500
UTILIDAD BRUTA	132.417.242	138.498.277	145.696.883	152.324.252	159.242.000
Salarios de Administración	77.947.980	82.624.859	87.582.350	92.837.291	98.407.529
Gastos de Administración	10.920.000	11.466.000	12.039.300	12.641.265	13.273.328
Salarios de Ventas					
Gastos de Ventas	9.720.000	10.206.000	10.716.300	11.252.115	11.814.721
Amortización del Diferido	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	101.387.980	107.096.859	113.137.950	119.530.671	126.295.578
UTILIDAD OPERACIONAL	31.029.262	31.401.418	32.558.933	32.793.581	32.946.422
Intereses Crédito	9.087.762	7.340.675	5.034.675	1.990.958	
Otros Intereses					
Ley Mipyme	1.813.510	1.528.438	1.152.168		
Comisión FNG	1.551.559	1.307.664	1.152.168		
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	12.452.830	10.176.777	7.339.011	1.990.958	
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	18.576.432	21.224.641	25.219.922	30.802.623	32.946.422
Impuesto de Renta	6.130.223	7.004.132	8.322.574	10.164.866	10.872.319
UTILIDAD NETA	12.446.209	14.220.509	16.897.348	20.637.757	22.074.103

IMPUESTOS	%
Impuesto de Renta	33%
IVA	16%

38400000

Menu

Menu



Nombre del Proyecto

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA



Nombre del Emprendedor

DAVID LOPEZ ORTIZ

BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y Bancos	5.577.500	32.642.521	43.406.200	20.768.841	18.311.628	25.992.166
Cuentas por Cobrar - Cartera				21.000.000	22.050.000	23.152.500
Inventario de Materia Prima	3.250.000	3.250.000	3.412.500	3.583.125	3.762.281	3.950.395
Inventario de Productos en Proceso	298.841	298.841	315.283	330.286	348.627	367.999
Inventario de Productos Terminados	8.965.230	8.965.230	9.458.477	9.908.593	10.458.812	11.039.958
Gastos Diferidos y Operativos	14.000.000	11.200.000	8.400.000	5.600.000	2.800.000	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	32.091.571	56.356.592	64.992.460	61.190.846	57.731.349	64.503.018
ACTIVO FIJO						
Terrenos						
Construcciones						
Maquinaria y Equipo	7.700.000	7.700.000	7.700.000	7.700.000	7.700.000	7.700.000
Muebles y Enseres	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000
Vehículos						
SUBTOTAL FIJO	9.400.000	9.400.000	9.400.000	9.400.000	9.400.000	9.400.000
Depreciación Acumulada		1.363.333	1.363.333	513.333	513.333	513.333
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	9.400.000	8.036.667	8.036.667	8.886.667	8.886.667	8.886.667
TOTAL ACTIVOS	41.491.571	64.393.259	73.029.127	70.077.513	66.618.016	73.389.685
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Proveedores	3.250.000	3.250.000	3.412.500	3.583.125	3.762.281	3.950.395
Imporrenta por Pagar		6.130.223	7.004.132	8.322.574	10.164.866	10.872.319
IVA por Pagar						
Laborales por Pagar (Cesantías e Ints.)		8.985.404	9.524.529	10.096.000	10.701.760	11.343.866
Parafiscales y Provisiones		801.000	849.060	900.004	954.004	1.011.244
Otros Pasivos						
Obligación (Crédito)	5.461.148	7.208.235	9.514.235	12.557.952		
TOTAL PASIVO CORRIENTE	8.711.148	26.374.862	30.304.455	35.459.656	25.582.911	27.177.825
PASIVO LARGO PLAZO						
Obligación (Crédito)	29.280.422	22.072.188	12.557.952			
Otros Pasivos						
TOTAL PASIVO MEDIANO Y LARGO	29.280.422	22.072.188	12.557.952			
TOTAL PASIVO	37.991.571	48.447.049	42.862.408	35.459.656	25.582.911	27.177.825
PATRIMONIO						
Capital	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000
Utilidad del Ejercicio		12.446.209	14.220.509	16.897.348	20.637.757	22.074.103
Utilidad Retenida Ejercicios Anteriores			12.446.209	14.220.509	16.897.348	20.637.757
TOTAL PATRIMONIO	3.500.000	15.946.209	30.166.719	34.617.857	41.035.105	46.211.860
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	41.491.571	64.393.259	73.029.127	70.077.513	66.618.016	73.389.685

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	240000000	252000000	264000000	277830000	291721500
Costo Materia Prima	390000000	409500000	429975000	451473750	47404743.75
Depreciaciones	1363333.333	1363333.333	513333.3333	513333.3333	513333.3333
Costos Indirectos de Fabricación	6420000	6741000	7078050	7431952.5	7803550.125
Mano de Obra	60799424.4	64447389.86	68314233.26	72413087.25	76757872.49
TOTAL COSTO DE VENTAS	107582757.7	113501723.2	118903116.6	125505748.1	132479499.7
UTILIDAD BRUTA	132417242.3	138498276.8	145696883.4	152324251.9	159242000.3
Salarios de Administración	77947980	82624858.8	87582350.33	92837291.35	98407528.83
Gastos de Administración	10920000	11466000	12039300	12641265	13273328.25
Salarios de Ventas					
Gastos de Ventas	9720000	10206000	10716300	11252115	11814720.75
Amortización del Diferido	2800000	2800000	2800000	2800000	2800000
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	101387980	107096858.8	113137950.3	119530671.3	126295577.8
UTILIDAD OPERACIONAL	31029262.27	31401418	32558933.08	32793580.57	32946422.48
Intereses Crédito	9087761.777	7340675.298	5034675.026	1990957.774	
Otros Intereses					
Ley Mipyme	1813509.996	1528438.05	1152168.19		
Comisión FNG	1551558.552	1307663.665	1152168.19		
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	12452830.33	10176777.01	7339011.405	1990957.774	
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	18576431.94	21224640.99	25219921.68	30802622.79	32946422.48
Impuesto de Renta	6130222.541	7004131.526	8322574.154	10164865.52	10872319.42
UTILIDAD NETA	12446209.4	14220509.46	16897347.52	20637757.27	22074103.06

INDICADORES

Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez	2,1	2,1	1,7	2,3	2,4
Periodo Promedio de Cobro (días)	30	30	30	30	30
Rotación de Inventarios - M.P. (días)	30	30	30	30	30
Rotación de Inventarios - P.P. (días)	1	1	1	1	1
Rotación de Inventarios - P.T. (días)	30	30	30	30	30
Rotación de Proveedores (días)	30	30	30	30	30
Capacidad de pago (veces)	3	4	6	16	
Endeudamiento (%)	75,24%	58,69%	50,60%	38,40%	37,03%
Rentabilidad Bruta (%)	55,17%	54,96%	55,06%	54,83%	54,59%
Rentabilidad Operacional (%)	12,93%	12,46%	12,30%	11,80%	11,29%
Rentabilidad Neta (%)	5,19%	5,64%	6,39%	7,43%	7,57%
Margen de Contribución (%)	83,75%	83,75%	83,75%	83,75%	83,75%
Otra información financiera					
VAN	44.366.043				
TIR	6,85%				
Punto de Equilibrio en ventas (\$)	74.331.457				



Menu

Nombre del Proyecto

Nombre del Emprendedor

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIAL

DAVID LOPEZ ORTIZ



ALCALDIA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
Secretaría Distrital
Hacienda

TAÚDES FUNEBRES METÁLICOS CON SEDE LA CIUDAD D

INDICADORES FINANCIEROS



RESUMEN INDICADORES

MARGEN DE CONTRIBUCION Y PUNTO DE EQUILIBRIO

Menu

INDICADORES

Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez	2,1	2,1	1,7	2,3	2,4
Periodo Promedio de Cobro (días)	30	30	30	30	30
Rotación de Inventarios - M.P. (días)	30	30	30	30	30
Rotación de Inventarios - P.P. (días)	1	1	1	1	1
Rotación de Inventarios - P.T. (días)	30	30	30	30	30
Rotación de Proveedores (días)	30	30	30	30	30
Capacidad de pago (veces)	3	4	6	16	
Endeudamiento (%)	75,24%	58,69%	50,60%	38,40%	37,03%
Rentabilidad Bruta (%)	55,17%	54,96%	55,06%	54,83%	54,59%
Rentabilidad Operacional (%)	12,93%	12,46%	12,30%	11,80%	11,29%
Rentabilidad Neta (%)	5,19%	5,64%	6,39%	7,43%	7,57%
Margen de Contribución (%)	83,75%	83,75%	83,75%	83,75%	83,75%
Otra información financiera					
VAN	44.366.043				
TIR	6,8%				
Punto de Equilibrio en ventas (\$)	74.331.457				

Submenu

Menu

PUNTO DE EQUILIBRIO

MARGEN DE CONTRIBUCION

PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	MATERIAS PRIMAS	M.O. VARIABLE	GASTOS VENTA	TOTAL CTOS.VAR.	MARGEN DE CONTRIBUCION.	CONTRI. A VENTAS	MARGEN TOTAL	
ATAUDES METALICOS	80.000	13.000			13.000	67.000	83,75%	100,00%	
MARGEN TOTAL DE CONTRIBUCION								100,00%	84%

PUNTO DE EQUILIBRIO 1 AÑO

VENTAS TOTALES ANUALES:		165.668.543		VENTAS PROYECTADAS		DIFERENCIA DE VENTAS	
PRODUCTOS	VENTAS ANUALES	UNIDADES ANUALES	Porcentaje	PESOS	UNIDADES	PUNTO DE EQUILIBRIO PESOS	UNIDADES
ATAUDES METALICOS	165.668.543	2.071	100,00%	240.000.000	3.000	74.331.457	929
TOTAL	165.668.543	2.071	100,00%	240.000.000	3.000	74.331.457	929

ANEXO 1		
INDICADORES DE MORTALIDAD 20051		
Tasas por 100.000 Habitantes		
MORTALIDAD ESPECÍFICA 2005	CASOS	TASA
Mortalidad general	189.022	440,7
Mortalidad general en hombres ¹	109.516	517,3
Mortalidad general en mujeres ¹	79.481	366
MORTALIDAD POR ENFERMEDADES TRANSMISIBLES ¹	CASOS	TASA
Mortalidad por enfermedades transmisibles	14.202	33,1
Mortalidad por malaria (tasa por 1.000 habitantes de la población en riesgo de malaria)	84	0,01
Mortalidad por dengue (tasa por 100.000 habitantes de la población en riesgo de dengue)	101	0,46
Mortalidad por tuberculosis	1.017	2,4
Mortalidad por SIDA	2.305	5,4
Mortalidad por sarampión	0	0
Mortalidad por tétanos neonatal (por 1.000 nacidos vivos)	4	0,01
Mortalidad en menores de 5 años por difteria, tos ferina y tétanos	59	1,36
MORTALIDAD POR ENFERMEDADES CRÓNICAS ¹	CASOS	TASA
Mortalidad por enfermedades del aparato circulatorio	55.859	130,2
Mortalidad por enfermedad isquémica del corazón en personas de 45 y más años de edad	25.319	265,9
Mortalidad por enfermedades cerebrovasculares en personas de 45 y más años de edad	12.989	136,4
Mortalidad por diabetes mellitus en personas de 45 y más años de edad	6.948	73
Mortalidad por cirrosis y otras enfermedades crónicas del hígado en personas de 35 y más años de edad	1.940	12,7
MORTALIDAD POR NEOPLASIAS (TUMORES) ¹	CASOS	TASA
Mortalidad por neoplasias de todo tipo	31.571	73,6
Mortalidad por neoplasias malignas	30.717	71,6
Mortalidad por neoplasias malignas de pulmón, traquea, y bronquios en mayores de 45 años de edad	3.476	36,5
Mortalidad por neoplasias malignas de los órganos digestivos y peritoneo en personas de 45 y más años de edad	9.890	103,9
Mortalidad por neoplasias malignas del útero en mujeres de 35 y más años de edad	1.985	24,7
Mortalidad por neoplasias malignas de mama en mujeres de 35 y más años de edad	1.793	22,3
MORTALIDAD POR CAUSAS VIOLENTAS ¹	CASOS	TASA
Mortalidad por accidentes excluidos los de transporte	4.591	10,7
Mortalidad por accidentes de transporte	6.149	14,3
Mortalidad por suicidios y lesiones autoinflingidas	2.120	4,9
Mortalidad por homicidios y lesiones inflingidas intencionalmente por otra persona	19.670	45,9
Mortalidad por todas las causas externas	34.581	80,6
OTRAS CAUSAS DE MORTALIDAD ¹	CASOS	TASA
Mortalidad infantil por 1000 nacidos vivos	11.456	15,9
Mortalidad neonatal precoz (menos de 7 días de vida) por 1.000 nacidos vivos	5.211	7,2
Mortalidad en menores de 5 años	13.983	321,9
Mortalidad materna (razón de mortalidad materna) por 100.000 nacidos vivos	526	73,1
Mortalidad por enfermedad diarreica aguda EDA en menores de 5 años	581	13,4
Mortalidad por infección respiratoria aguda IRA en menores de 5 años	1.092	25,1
Mortalidad calificada como profesional (por 100.000 trabajadores afiliados a ARP) ²	654	11,6

NOTA ACLARATORIA

- El registro de defunciones del año 2005 contiene 25 personas con código de sexo ignorado, por esta razón la suma de defunciones de hombres y mujeres difiere del número total de defunciones.

FUENTES

1 DANE, Dirección de Censos y Demografía, Registro de Defunciones y Nacimientos del año 2005. DANE. Estimaciones 1985-2005 y Proyecciones 2006-2020 anualizadas por sexo y edad.

2 Ministerio de la Protección Social. Dirección de Riesgos Profesionales. Estadísticas.

ANEXO 2

MORTALIDAD GENERAL POR DEPARTAMENTO DE RESIDENCIA SEGÚN GRUPOS DE EDAD
COLOMBIA 2005 (Tasas por 100.000 Habitantes)

DEPARTAMENTO	MENORES DE 1 AÑO			DE 1 A 4 AÑOS			DE 5 A 14 AÑOS			DE 15 A 44 AÑOS		
	MUERTES	%	TASA	MUERTES	%	TASA	MUERTES	%	TASA	MUERTES	%	TASA
Amazonas	37	0,3	1.847,20		0,5	151,6	9	0,3	48,2	42	0,1	142,1
Antioquia	1.294	11,4	1.257,50		11,6	69,8	378	14	33,9	5.030	13,7	187
Arauca	84	0,7	1.170,60		1,4	129,8	20	0,7	34,5	339	0,9	329,9
Atlántico	750	6,6	1.690,30		5,3	75,9	113	4,2	25,9	1.478	4	141,3
Bogotá, D.C.	1.684	14,8	1.446,00		10,4	55,2	306	11,3	24,3	4.526	12,3	132,2
Bolívar	616	5,4	1.484,90		4,9	73,7	91	3,4	21,5	1.106	3	127,6
Bovacá	357	3,1	1.422,80		3,6	88,8	91	3,4	34,1	784	2,1	142,9
Caldas	191	1,7	1.107,40		1,9	71,7	66	2,4	36,1	1.067	2,9	241,3
Caquetá	170	1,5	1.519,20		1,9	111,6	38	1,4	37,2	599	1,6	315,6
Casanare	73	0,6	1.036,30		1,1	102	25	0,9	35,3	286	0,8	204,9
Cauca	388	3,4	1.461,50		5,5	125,3	110	4,1	37,9	1.204	3,3	210,5
Cesar	336	3	1.486,20		2,6	72,9	61	2,3	27,5	775	2,1	189,1
Chocó	170	1,5	1.254,60		2,1	102,5	60	2,2	47,7	260	0,7	135,4
Córdoba	536	4,7	1.508,40		3	54,3	79	2,9	23,2	716	1,9	108
Cundinamarca	591	5,2	1.323,20		4,6	63,2	155	5,7	32,4	1.400	3,8	134,2
Guainía	21	0,2	2.015,40		0,1	72,8	5	0,2	51,5	21	0,1	136,5
Guaviare	39	0,3	1.380,00		0,6	134,2	11	0,4	41,8	151	0,4	362
Huila	323	2,8	1.444,30		3,8	102,8	82	3	34,8	821	2,2	182
La Guajira	277	2,4	1.326,80		2,1	66,2	42	1,6	26	472	1,3	154,3
Magdalena	429	3,8	1.526,80		3	64,1	100	3,7	36,3	706	1,9	137,9
Meta	237	2,1	1.353,70		3	112,1	72	2,7	42,8	940	2,6	251,4
Nariño	274	2,4	822,2		2,7	50,8	70	2,6	20,9	855	2,3	119,9
Norte de Santander	331	2,9	1.313,40		3	68,5	74	2,7	26,6	1.299	3,5	227,6
Putumayo	89	0,8	1.087,10		0,7	54,7	25	0,9	31,3	380	1	268,1
Quindío	102	0,9	1.090,60		0,7	45,1	22	0,8	21,2	542	1,5	224,5
Risaralda	212	1,9	1.369,30		2,2	86,5	59	2,2	33,8	1.207	3,3	290,9
San Andrés	14	0,1	1.079,40		0	0	3	0,1	21,3	40	0,1	115,7
Santander	403	3,6	1.172,90		2,7	46,2	107	4	26,9	1.369	3,7	147,8
Sucre	175	1,5	1.034,80		1,3	49	39	1,4	21,6	381	1	110,2
Tolima	315	2,8	1.155,90		4,8	109,2	93	3,4	31,9	1.066	2,9	180,5
Valle	800	7	1.119,50		7,8	66,9	263	9,7	32,7	5.637	15,4	283,7
Vaupés	8	0,1	688,5		0,1	43,5	6	0,2	55,4	10	0	58,3
Vichada	22	0,2	1.330,90		0,4	153,1	1	0	6,5	32	0,1	131,2
* Exterior	14	0,1			0,2		8	0,3		48	0,1	
* Sin información	94	0,8			0,3		14	0,5		1.133	3,1	
COLOMBIA	11.456	100	1.338,00		100	72,5	2.698	100	30,1	36.772	100	183

Estimaciones 1985-2005 y Proyecciones 2006-2020 anualizadas por sexo y edad y Proyecciones de población departamentales por área 2005-2008

Los datos de población por sexo para los departamentos de Amazonas, Guainía, Guaviare, Vaupés y Vichada fueron publicados por el DANE en forma agrupada como región de Amazonia. La desagregación se realizó con base en la participación de cada departamento en el total de la región. Las poblaciones de cada departamento para calcular dicha participación fueron publicadas por el DANE. FUENTES- DANE, Colombia.

MORTALIDAD GENERAL POR DEPARTAMENTO DE RESIDENCIA SEGÚN GRUPOS DE EDAD (ANEXO 3)

COLOMBIA 2005 (Tasas por 100.000 Habitantes)

DEPARTAMENTO	DE 45 A 64 AÑOS			DE 65 Y MÁS AÑOS			SIN INFORMACIÓN		TOTAL		
	MUERTES	%	TASA	MUERTES	%	TASA	MUERTES	%	MUERTES	%	TASA
Amazonas	26	0,1	350,9	50	0,1	2302	3	0,3	179	0,1	264,3
Antioquia	5.460	15,3	552,6	14.750	14,9	4013,9	101	8,9	27.305	14,4	480,5
Arauca	173	0,5	629,4	318	0,3	3247,9	3	0,3	972	0,5	418,8
Atlántico	1.665	4,7	497	4.626	4,7	3593,9	79	7	8.845	4,7	408,3
Bogotá, D.C.	5.272	14,8	444,2	14.419	14,6	3850,7	10	0,9	26.481	14	387,1
Bolívar	1.014	2,8	374,7	2.945	3	2718,2	22	1,9	5.919	3,1	315
Boyacá	1.126	3,2	548,2	4.029	4,1	3802,3	1	0,1	6.480	3,4	516,2
Caldas	1.185	3,3	650,9	3.379	3,4	4441,4	9	0,8	5.946	3,1	613,8
Caquetá	315	0,9	594,4	632	0,6	3111,3	28	2,5	1.831	1	435,6
Casanare	173	0,5	460,7	352	0,4	2975,2	18	1,6	956	0,5	323,7
Cauca	838	2,4	453,8	2.633	2,7	3153,7	30	2,7	5.343	2,8	421,1
Cesar	593	1,7	510,4	1.325	1,3	3157,7	48	4,2	3.204	1,7	354,7
Chocó	188	0,5	393,2	429	0,4	1929,4	12	1,1	1.173	0,6	258,4
Córdoba	790	2,2	385,9	2.245	2,3	2627,4	19	1,7	4.460	2,4	303,8
Cundinamarca	1.872	5,3	507,1	6.350	6,4	3958,7	23	2	10.507	5,6	460,8
Guainía	21	0,1	545	23	0	2035,4	0	0	94	0	266,8
Guaviare	63	0,2	603	69	0,1	2249,8	8	0,7	356	0,2	372,6
Huila	810	2,3	547,1	2.428	2,5	3918,7	22	1,9	4.581	2,4	452,9
La Guajira	283	0,8	343,8	553	0,6	1718,8	13	1,2	1.692	0,9	248,2
Magdalena	695	2	444,3	2.010	2	3296,9	31	2,7	4.046	2,1	351,9
Meta	665	1,9	581,6	1.527	1,5	3704,9	21	1,9	3.538	1,9	451,8
Nariño	653	1,8	295,8	1.933	2	1873,7	23	2	3.877	2,1	251,4
Norte de Santander	1.195	3,4	644,7	3.008	3	3983	15	1,3	5.997	3,2	482,1
Putumayo	140	0,4	414,8	219	0,2	1608,6	38	3,4	909	0,5	293,1
Quindío	695	2	682	1.843	1,9	4547,9	1	0,1	3.222	1,7	602,7
Risaralda	1.074	3	649,2	2.782	2,8	4369,4	7	0,6	5.396	2,9	601,2
San Andrés	50	0,1	412,7	115	0,1	3626,6	2	0,2	224	0,1	317,5
Santander	1.869	5,2	588,1	5.534	5,6	4040,3	44	3,9	9.393	5	479,8
Sucre	453	1,3	405,1	1.313	1,3	2768,6	40	3,5	2.435	1,3	315,4
Tolima	1.360	3,8	574,5	4.398	4,4	4098,1	9	0,8	7.363	3,9	539,3
Valle	4.579	12,9	642,7	12.330	12,5	4266,9	60	5,3	23.867	12,6	573,5
Vaupés	9	0	209,5	34	0	2700,6	1	0,1	70	0	178,2
Vichada	15	0	245,5	19	0	1059,7	3	0,3	102	0,1	182,6
*Exterior	57	0,2		50	0,1	4		0,4	185	0,1	
*Sin información	255	0,7		188	0,2	382		33,8	2.074	1,1	
COLOMBIA	35.631	100	520,9	98.858	100	3685,2	1.130	100	189.022	100	440,7

Los datos de población por sexo para los departamentos de Amazonas, Guainía, Guaviare, Vaupés y Vichada fueron publicados por el DANE en forma agrupada como región de Amazonía. La desagregación se realizó con base en la participación de cada departamento en el total de la región. Las poblaciones de cada departamento para calcular dicha participación fueron publicadas por el DANE. FUENTES- DANE, Colombia. Estimaciones 1985-2005 y Proyecciones 2006-2020 anualizadas por sexo y edad y Proyecciones de población departamentales por área 2005-2008.

INDICADORES BASICOS PARA EL MONITOREO DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO Y OTROS INDICADORES								
DE COLOMBIA Y LA REGION DE LAS AMERICAS								
REGIONES COMPARADAS - (Anexo 4)								
			<i>las americas</i>	<i>america latina y el caribe</i>	<i>america latina</i>	<i>area andina</i>	<i>colombia</i>	<i>colombia:datos acualizados y corregidos a 2007</i>
INDICADORES DEMOGRAFICOS Y MORTALIDAD								
POB TOTAL 2007(MILES)			910.951	572.183	565.223	124.582	46.156	43.926
POB URBANA 2007(%)			79,3	77,9	78,5	76,2	73,3	75
TASA CRUDA DE NATALIDAD 2007 (1000 Hab)			17,50	19,8	19,9	20,7	18,7	19,9
MEDIA ANUAL DE NACIMIENTOS 2007			16.076,70	11.437	11.315,50	2.597,70	869,50	877,40
TASA CRUDA DE MORTALIDAD 2007 (1000 Hab)			6,8	6	6	5,7	5,5	5,8
MEDIA ANUAL DE DEFUNCIONES 2007 (MILES)			6.218,20	3.445,20	3.394,00	712,40	256,70	256,70
TASA DE MORTALIDAD GENERAL TODAS LAS CAUSAS 200-2004 (100.000HAB)			687,80	607,9	607,9	556,5	539,7	440,7
TASA DE MORTALIDAD GENERAL TODAS LAS CAUSAS 200-2004 (100.000HAB)HOMBRES			739,70	690,7	691,10	624,60	612,00	517,30
TASA DE MORTALIDAD GENERAL TODAS LAS CAUSAS EN MUJERES 2000-04(100.000hab)			637,30	526,8	526,5	488,8	469,6	366
CAUSAS DE MORTALIDAD MAL DEFINIDAS E IGNORADAS 2000-04(%)			5,80	8,5	8,60	8,10	1,70	1,70
SUBREGISTRO DE MORTALIDAD(%)			14,20	15	16,3	31,9	20,5	SD

FUENTES

DANE.PROYECCIONES NACIONALES DE POBLACION 2006-2020 SEP2007.

DANE. DIRECCION DE CENSOS Y DEMOGRAFIA.ESTADISTICAS VITALES 2005.

SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS PUBLICOS DOMICILIARIOS.COBERTURA SERVICIOS PUBLICOS 1938-2005 OCT 2007

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS O CARGOS DENTRO DE LA EMPRESA

Cargo: Gerente. Número de personas en el cargo: 1

Definición: Es el encargado de la planeación estratégica de la empresa. Su función es la de tomar decisiones que influyen fuertemente en el funcionamiento de la empresa. Tales decisiones tienen que ver con las inversiones en adquisición de maquinaria, planeación de la producción, adecuación de instalaciones y, en general, de la mayoría de actividades financieras que se realicen.

Reporta a: Junta de Socios.

Le Reportan: Todos los integrantes de la empresa.

movimientos financieros relacionados con pagos y créditos, representar a la empresa ante los proveedores de materia prima y otros insumos para el suministro oportuno de dichos elementos, control de pagos y obligaciones comerciales, vigilar y controlar el flujo de cheques girados para el pago de nóminas, gastos y obligaciones comerciales, firmar los cheques para el pago de obligaciones laborales y comerciales, coordinar con el jefe de planta las actividades de producción, controlar los reportes que se llevan de producción, materia prima y otros insumos, controlar los reportes de las actividades contables que se llevan en contaduría, representar a la empresa ante las entidades del Estado en lo relacionado con obligaciones tributarias u otros requerimientos, hacer las entrevistas pertinentes para el ingreso de las personas que necesite vincular la empresa, hacer contacto con

Cargo: Subdirector. Número de personas en el cargo: 1

Definición: Un profesional especializado en contabilidad quien se encargará de realizar las operaciones contables, manejar la nómina y de atender las obligaciones tributarias con el Estado. Este cargo se contratará por outsourcing debido al tamaño de la empresa.

Reporta a: Gerente.

Le Reportan: Secretario, auxiliar bodega y técnico maquinaria.

Funciones: Elaborar la planilla de nómina del personal de planta, ordenar la facturación y generación de cuentas de cobro, atender lo relacionado con liquidaciones y prestaciones sociales de los empleados, llevar registros de pagos hechos a los proveedores, llevar registros de los dineros que ingresan a la empresa por venta de productos y atender las obligaciones tributarias con el Estado.

Cargo: Asesor Comercial. Número de personas en el cargo: 1

Definición: Es el encargado de la parte comercial de la empresa, se le asignará un portafolio de clientes, a los que visitará periódicamente con el fin de generar relaciones comerciales. Es el puente entre el cliente, en este caso la funeraria y la empresa.

Reporta a: Gerente, Subdirector y Jefe de Producción.

Le Reportan: - o -

concretando negocios, hacer seguimiento a los clientes actuales, manejando pedidos, mediante visitas o llamadas telefónicas, consolidar la información de todos los clientes con el fin de entregar unos pedidos o un pronóstico de ventas, establecer una estrecha relación con producción en el intercambio mutuo de información, mediar siempre con el cliente, hacer reportes periódicos del estado de las ventas, amenazas, oportunidades y planes de acción.

Cargo: Jefe de Producción. Número de personas en el cargo: 1

Definición: Es el encargado de dirigir, controlar y planear los procesos industriales, se encargará de garantizar que los procesos se desarrollen satisfactoriamente. Esto, en cumplimiento de los parámetros preestablecidos para la fabricación de cada producto como lo son: dimensiones, cantidad de materia prima consumida en cada proceso, y operación y mantenimiento de la maquinaria.

Reporta a: Gerente.

Le Reportan: Operarios, Vendedor.

problemas que se presenten en los procesos de fabricación, programar mensualmente el mantenimiento de la maquinaria, recibir los productos elaborados por los operarios y llenar diariamente la planilla de control de los productos recibidos, llenar diariamente las planillas de control de la materia prima empleada, llenar diariamente la planilla para el control de los productos retirados de la planta, vigilar para que la planta de producción se mantenga en óptimas condiciones de aseo, atender los requerimientos de los clientes que necesiten una demostración de los artículos producidos y realizar modificaciones en el proceso, previa consulta con el gerente, modificar el diseño del producto en

Cargo: Técnico Maquinaria. Número de personas en el cargo: 1

Definición: Es el encargado de operar la cortadora.

Reporta a: Jefe de Producción.

Le Reportan: - o -

diferentes piezas cortadas y las demás actividades propias de su cargo relacionadas con el buen funcionamiento de la empresa.

Cargo: Operario Doblador. Número de personas en el cargo: 1

Definición: Es el encargado de operar la máquina dobladora.

Reporta a: Jefe de Producción.

Le Reportan: - o -

Funciones: Realizar las operaciones de doblado respectivas en cada pieza del ataúd metálico, cuidar los respectivos elementos de trabajo y controlar el estado general de la dobladora.

Cargo: Soldador. Número de personas en el cargo: 1

Definición: Es el encargado de manejar el equipo de soldadura.

Reporta a: Jefe de producción.

Le Reportan: - o -

Funciones: Realizar el ensamble del ataúd metálico, siguiendo el método estándar de trabajo, revisar el estado del ataúd al momento del ensamble, e informar posibles problemas de calidad.

Cargo: Pintor. Número de personas en el cargo: 1

Definición: Es el encargado de manejar el equipo de soldadura.

Reporta a: Jefe de Producción.

Le Reportan: - o -

la conformidad de su actividad en el 100% de los productos, revisar periódicamente el estado de su equipo de trabajo e Informar cualquier anomalía.

Cargo: Decorador. Número de personas en el cargo: 1

Definición: Es el encargado de darle el acabado interior a los cofres metálicos.

Reporta a: Jefe de producción.

Le Reportan: - o -

la conformidad de su actividad en el 100% de los productos, revisar periódicamente el estado de su equipo de trabajo, informar cualquier anomalía y embalar el ataúd metálico, siguiendo el método estándar de trabajo.