



**UNIVERSIDAD SANTO TOMAS**  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



**DESARROLLO Y CREACIÓN DE UNA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL PARA LA  
PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE BIENES Y SERVICIOS PARA LA  
SUPERACIÓN DEL DUELO**

**ISABELLA ANDREA BOGOTÁ SANCHEZ**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMAS  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
PROGRAMA DE INGENIERIA INDUSTRIAL  
Bogotá, D.C. Mayo de 2023**



**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



**DESARROLLO Y CREACION DE UNA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL PARA LA  
PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE BIENES Y SERVICIOS PARA LA  
SUPERACION DEL DUELO**

**ISABELLA ANDREA BOGOTÁ SANCHEZ**

**Tutor**

**ALEXIS NAVAS DOMINGUES**

**DOCUMENTO PARCIAL DE PLAN DE NEGOCIOS - OPCIÓN DE GRADO II  
ORDEN SOCIAL Y EMPRESARIAL**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMAS  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**Bogotá, D.C. Mayo de 2023**



## **PAGINA DE ACEPTACIÓN**

**Nota de aceptación**

-----

-----

**Jurado**

-----

**Jurado**

-----

**Bogotá, D.C. Mayo de 2023**



## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis amigos y mi novio que me brindaron todo el apoyo posible, a mis profesores por la ayuda al desarrollar este proyecto y guiarme por un buen camino para obtener buenos resultados. Y por último a mi mamá que con todo el amor del mundo me acompañó en todo momento hasta terminar mi proyecto.



## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi tutor Nelson Yepes por su ayuda durante la elaboración de este proyecto de creación de empresa y a mi profesora Magda Monroy por sus buenos consejos y su gran conocimiento que permitieron realizar este proyecto de una forma adecuada y organizada.



**TABLA DE CONTENIDO**

<b>1.</b>	<b>DESCRIPCION DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO IDENTIFICADA .....</b>	<b>20</b>
<b>2.</b>	<b>LIENZO CANVAS .....</b>	<b>23</b>
<b>3.</b>	<b>SEGMENTACION DEL MERCADO.....</b>	<b>24</b>
<b>3.1.</b>	<b>SEGMENTOS DE CLIENTES.....</b>	<b>25</b>
<b>3.2.</b>	<b>PROPUESTA DE VALOR.....</b>	<b>25</b>
<b>3.3.</b>	<b>CANALES.....</b>	<b>25</b>
<b>3.4.</b>	<b>RELACION CON EL CLIENTE.....</b>	<b>26</b>
<b>3.5.</b>	<b>FUENTES DE INGRESO .....</b>	<b>26</b>
<b>3.6.</b>	<b>RECURSOS CLAVE.....</b>	<b>26</b>
<b>3.7.</b>	<b>ACTIVIDADES CLAVE.....</b>	<b>26</b>
<b>3.8.</b>	<b>ALIANZAS CLAVE.....</b>	<b>26</b>
<b>3.9.</b>	<b>ESTRUCTURA DE COSTOS.....</b>	<b>27</b>
<b>4.</b>	<b>ALCANCE O DELIMITACION .....</b>	<b>27</b>
<b>4.1.</b>	<b>ALCANCE.....</b>	<b>27</b>
<b>4.2.</b>	<b>DELIMITACION .....</b>	<b>27</b>
<b>5.</b>	<b>ESTUDIO DEL MERCADO .....</b>	<b>29</b>
<b>5.1.</b>	<b>PRODUCTO/SERVICIO.....</b>	<b>29</b>
<b>5.2.</b>	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL.....</b>	<b>33</b>
<b>5.3.</b>	<b>DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO.....</b>	<b>39</b>
<b>5.4.</b>	<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....</b>	<b>43</b>
<b>5.5.</b>	<b>ANÁLISIS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....</b>	<b>46</b>
<b>5.6.</b>	<b>DEFINICION Y ANALISIS DE ESTRATEGIAS DE PRECIO Y ESTRATEGIAS DE PROMOCION.....</b>	<b>48</b>
<b>5.6.1.</b>	<b>ESTRATEGIAS DE PRECIO .....</b>	<b>49</b>
<b>5.7.</b>	<b>DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN FISICA Y VIRTUAL.....</b>	<b>51</b>
<b>5.8.</b>	<b>PRONÓSTICO DE LA DEMANDA (PROYECCIÓN DE VENTAS).....</b>	<b>53</b>
<b>6.</b>	<b>ESTUDIO TECNICO .....</b>	<b>59</b>
<b>6.1.</b>	<b>ANÁLISIS DE PROVEEDURÍA (PROVEEDORES Y MATERIA PRIMA) .....</b>	<b>59</b>



6.2.	ESTUDIO DE REQUERIMIENTOS DE MAQUINA, EQUIPOS Y TECNOLOGIA .....	60
6.3.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO O DEL SERVICIO.....	62
6.4.	DISEÑO Y ANÁLISIS DE CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	66
6.5.	DISEÑO Y ANÁLISIS DE PLANTA (LAYOUT) .....	68
6.6.	PLAN DE PRODUCCION .....	69
6.7.	COSTEO DE LA PRODUCCIÓN .....	76
7.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	81
7.1.	ESTRUCTURA LEGAL-JURIDICA.....	81
7.2.	PLANEACION ESTRATEGICA .....	82
7.3.	OBJETIVOS ESTRATEGICOS.....	85
7.4.	ESTRUCTURA ORGANICA Y REQUERIMIENTOS DE PERSONAL.....	87
7.5.	MANUAL DE FUNCIONES .....	90
7.6.	ANALISIS DE COSTOS Y GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	95
8.	ESTUDIO FINANCIERO .....	97
8.1.	ANALISIS DE INVERSION .....	97
8.2.	PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	97
8.3.	PRESUPUESTOS DE EGRESOS .....	98
8.4.	PRESUPUESTO DE EFECTIVO.....	99
8.5.	ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS .....	101
8.6.	BALANCE GENERAL .....	102
8.7.	INDICADORES Y EVALUACION FINANCIERA .....	103
9.	ANALISIS DE IMPACTOS.....	105
9.1.	IMPACTOS ECONOMICOS.....	105
9.2.	IMPACTOS SOCIALES .....	106
9.3.	IMPACTOS AMBIENTALES.....	106
10.	CONCLUSIONES.....	108
11.	BIBLIOGRAFIA.....	110
	ANEXO.....	76

## LISTA DE IMÁGENES

<b>Imagen 1. Lienzo Canvas .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Imagen 2. Mapa de procesos.....</b>	<b>62</b>
<b>Imagen 3. Planta (LAYOUT).....</b>	<b>69</b>
<b>Imagen 4. Diseño y patronaje de los moldes y modelo .....</b>	<b>79</b>

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1. Segmentación del Mercado.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 2. Fichas Técnicas de la Empresa y del Producto .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 3. Categorías, Descripción y Productos .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 4. Clasificación Industrial de Productos .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 5. Información General .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 6. Análisis de la Competencia.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 7. Análisis de Canales de Distribución .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 8. Definición de Estrategia Precio y Promoción.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 9. Definición y Análisis Estrategias de Comunicación .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 10. Pronóstico de la Demanda osos de peluche personalizados .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 11. Pronostico de la Demanda portarretratos personalizados.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 12. Marketing Mix .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 13. Matriz DAFO.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 14. Análisis de Proveeduría (Proveedores y materia prima) osos de peluches personalizados .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 15. Análisis de Proveeduría (Proveedores y materia prima) portarretratos personalizados .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 16. Requerimientos de máquina, equipos y tecnología osos de peluches personalizados .....</b>	<b>60</b>



<b>Tabla 17. Requerimientos de máquina, equipos y tecnología portarretratos personalizados .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 18. Inventario de procesos .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 19. Diseño y análisis de capacidad de producción.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 20. Plan de Producción de osos de peluches.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 21. Producción por producto .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 22. Material Requirements Planning (MRP) .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 23. Plan maestro de producción (MPS).....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 24. Costeo de la producción osos de peluche personalizados .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 25. Costeo de la producción de portarretratos personalizados.....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 26. Estructura legal-JURIDICA .....</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 27. Costos y gastos administrativos .....</b>	<b>96</b>
<b>Tabla 28. Impactos económicos .....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 29. Impactos sociales .....</b>	<b>106</b>
<b>Tabla 30. Impactos ambientales.....</b>	<b>106</b>

## GLOSARIO

**NEGOCIO:** Actividad, ocupación o trabajo que se realiza para obtener beneficios y especialmente a través de ellas se desarrollan operaciones comerciales, transacciones de venta o compra de servicios o productos.

**MERCADO:** Teóricamente hablando de una oferta o demanda de servicios o productos a los cuales se les determinan precios.

**ESTRATEGIA:** Es el elemento que determina las líneas de comunicación.

**CLIENTES:** Personas que utilizan un servicio de un profesional o empresa.

**ESTUDIO DE MERCADO:** Es el conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado del mercado. Su fin es conocer el nicho que se pretende conquistar y su grado de rentabilidad.

**OFERTA:** La cantidad de bienes y servicios que se ponen en venta.

**DEMANDA:** Es la cantidad de dichos bienes.

**SECTOR FINANCIERO:** Es el sector económico formado por el conjunto de entidades que ofrecen servicios financieros.



**COMPETENCIA:** Se puede definir como la aptitud que tiene una persona, formada por capacidades, habilidades y destrezas con las que cuenta para realizar una venta o una compra.

**DUELO:** Según para Sigmund Freud, es la reacción frente a la pérdida de una persona amada, o de una abstracción que haga sus veces, como la patria, la libertad, un ideal, etc." No se considera un estado patológico, se lo supera pasado cierto tiempo "y juzgamos inoportuno y aún dañino perturbarlo.

## RESUMEN

El objetivo del proyecto es desarrollar un plan de negocio para la creación de un portafolio de productos y servicios encaminados a la superación del duelo para las personas que han sufrido la pérdida de un ser querido. La idea de negocios surge ante la necesidad de poder brindar alivio psicosocial y afectivo a los clientes con un concepto totalmente innovador.

Se enfoca en el estudio de una organización que ofrece productos personalizados para ayudar a las personas a enfrentar y superar la difícil etapa del duelo por la pérdida de un ser querido. El objetivo principal es comprender cómo esta empresa ha logrado destacarse en un mercado creciente y altamente competitivo al brindar un servicio al cliente excepcional y altamente personalizado.

Para lograr el objetivo, se llevará a cabo una revisión exhaustiva de la literatura sobre el duelo y el mercado de servicios y productos para personas que atraviesan esta etapa. Se realizarán entrevistas a profundidad con los fundadores y el personal clave de la empresa para comprender su estrategia de negocio y su enfoque en el servicio al cliente. También se recopilarán datos de clientes actuales y potenciales para analizar su percepción de la empresa y sus productos.



Los hallazgos del estudio pueden ayudar a comprender cómo las empresas pueden distinguirse en un mercado altamente competitivo al brindar un servicio al cliente altamente personalizado y centrado en el cliente. También se espera que los resultados de la investigación ayuden a los proveedores de servicios y productos para personas en duelo a mejorar sus ofertas y a comprender mejor las necesidades y deseos de sus clientes.



## ABSTRAC

The objective of the draft is to develop a business plan for the creation of a portfolio of products aimed at overcoming grief for people who have suffered the loss of a loved one. This business idea arises from the need to be able to provide psychosocial and affective relief to clients with a totally innovative concept.

Focuses on the study of a company that offers personalized products to help people face and overcome the difficult stage of mourning the loss of a loved one. The main objective is to understand how this company has managed to stand out in a growing and highly competitive market by providing exceptional and highly personalized customer service.

To achieve this goal, an exhaustive review of the literature on grief and the market for services and products for people going through this stage will be carried out. In-depth interviews will be conducted with the company's founders and key personnel to understand its business strategy and focus on customer service. Data will also be collected from current and potential customers to analyze their perception of the company and its products and services.

The findings of this study can help to understand how companies can distinguish themselves in a highly competitive market by providing highly personalized and customer-focused customer service. The research results are also expected to help providers of bereavement services and products improve their offerings and better understand the needs and desires of their customers.



## **NOMBRE DE LA EMPRESA Y ACTIVIDAD ECONOMICA**

El CIIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme) es un sistema de clasificación de actividades económicas que se utiliza para estandarizar la información estadística y facilitar el análisis económico. En la última versión, el CIIU Revisión 4, la categoría más cercana a la actividad que describe es:

9603 - Servicios funerarios y actividades conexas.

Esta categoría incluye la prestación de servicios funerarios y crematorios, así como la gestión de cementerios y lugares de descanso final. También se incluyen actividades como el suministro de ataúdes, urnas y otros artículos funerarios.

Cabe mencionar que, aunque el CIIU no incluya una categoría específica para "superar el duelo de seres queridos", es posible que algunas empresas que ofrecen servicios relacionados con el apoyo emocional y psicológico después de la pérdida de un ser querido puedan clasificarse en otras categorías, como servicios de asesoramiento y apoyo social (9609) o servicios de salud mental y emocional (8690).

El nombre de la empresa es Osos del cielo que producen osos de peluche y portarretratos personalizados en el cual tiene un objetivo ético por medio de prendas de seres queridos, y su respectiva actividad económica es la confección de prendas de vestir código CIIU 1410 en la cámara de comercio.



## INTRODUCCIÓN

Se plantea la propuesta de negocio que busca satisfacer la demanda de un mercado que necesita del consuelo y la ayuda para superar la pérdida de un ser querido.

Perder un ser querido significa llegar al duelo que es la parte más dura de un sentimiento único de dolor, un estremecimiento del alma que no se supera a corto tiempo.

Ocurre e inicia el duelo tras o en los meses siguientes, que debe acompañarse de una persona que maneje y ayude a desvanecer este sentimiento.

Señala la Asociación Americana de Psiquiatría (APA) que cuando el cuadro depresivo persiste más de dos meses desde el fallecimiento y concurren otros síntomas que se citarán a continuación, se debe plantear el diagnóstico de "un episodio depresivo mayor" que se caracteriza por: estado de ánimo depresivo, disminución del interés, pérdida o aumento importante de peso, insomnio, agitación, fatiga, sentimientos de culpa excesiva, disminución de la capacidad de pensar, e ideación suicida.

La muerte de un ser querido nos confronta con el dolor, el dolor desgarrador de la pérdida, que trae consigo uno de los mayores retos en todo ser humano: el camino del duelo, un camino de recuperación del dolor. Es una situación que de por sí ya es difícil, pero con las actuales normativas y protocolos puede hacerse aún más compleja y traumática; por ello puede ser importante asesorarse y buscar apoyo<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> BARBANCHO. Morant, JIMENEZ. CARDOSO. Silvia: Guía para familiares en el duelo, 2020, p.4.



La idea de crear una empresa que ayude a superar el duelo surge tras un análisis de mercado que muestra tan valorado es el desarrollo de productos que ayudan a superar el duelo de las personas.

La pérdida de un ser querido puede ser una experiencia abrumadora y dolorosa, y es normal sentirse triste y desorientado después de una pérdida. Para muchas personas, tener un objeto tangible que les recuerde a su ser querido puede ser de gran consuelo y ayudar en el proceso de duelo. En este contexto, la organización se dedica a ofrecer productos que ayude a mantener la memoria de los seres queridos fallecidos.

Estos productos se obtendrán de la investigación de mercados. Nuestro objetivo es ofrecer una manera única y significativa de recordar a nuestros seres queridos fallecidos.

En la empresa, entendemos que cada persona experimenta el duelo de manera diferente y que cada pérdida es única. Por esta razón, nos enfocamos en ofrecer productos personalizados y adaptado a las necesidades individuales de cada cliente. Trabajamos en estrecha colaboración con nuestros clientes para asegurarnos de que el oso de peluche y el portarretratos que creamos sea un objeto que les brinde confort y ayuda en su proceso de duelo.

En el proyecto se presentará la visión, misión y objetivos de la empresa, así como una descripción detallada de los productos y su proceso de producción. Además, se analizará el mercado objetivo, la competencia y las estrategias de marketing y ventas que se llevarán a cabo para posicionar los productos en el mercado.

En definitiva, se busca crear una empresa innovadora, rentable y sostenible, que pueda competir en el mercado de la superación del duelo y ofrecer productos de alta calidad y diseño original, que respondan a las necesidades y expectativas de los consumidores.

En resumen, en nuestra empresa nos enfocamos en ofrecer productos personalizados y adaptado a las necesidades individuales de cada cliente que busca un objeto tangible que les ayude a mantener cerca a sus seres queridos fallecidos. Los productos para los seres queridos son una forma única y significativa de honrar y recordar a aquellos que han fallecido, y estamos comprometidos en ayudar a las personas a encontrar consuelo y paz en momentos de dolor.



## 1. DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO IDENTIFICADA

La administración del duelo puede considerarse una alternativa de negocio en la industria funeraria (Groth, 2015). Warren y McGraw (2012) examinaron la industria de la memorialización corporativa y encontraron que está en auge en muchos países. Además, Walczak y Laszczak (2019) y Fukukawa y Hayashi (2015) han estudiado la creciente presencia de prácticas funerarias comerciales en todo el mundo.

La memorialización es un proceso importante para honrar la vida y la memoria de un ser querido fallecido (Bolton et al., 2020). Las opciones de memorialización están cada vez más diversificadas y personalizadas, permitiendo a las personas encontrar formas de recordar y honrar a sus seres queridos de manera significativa y personalizada (Sweeney & Lantz, 2018). Por ejemplo, algunas empresas ofrecen servicios para crear monumentos conmemorativos personalizados (Bolton et al., 2020), mientras que otras ofrecen servicios para crear objetos personalizados a partir de las cenizas de la persona fallecida (Sweeney & Lantz, 2018). Además, las redes sociales también ofrecen opciones de memorialización en línea, como la creación de páginas conmemorativas y grupos de apoyo en línea (Bolton et al., 2020).

La memorialización puede ser una actividad emprendedora, ofreciendo oportunidades para crear y ofrecer productos y servicios personalizados para honrar a los seres queridos fallecidos (Munnukka & Uusitalo, 2018). Tippett (2019) también sostiene que la memorialización personalizada puede ser una forma de emprendimiento que se centra



en la combinación de memoria colectiva e individual<sup>2</sup>. Además, Walsh y Bolton (2020) señalan que la memorialización digital en línea está emergiendo como una tendencia en la industria funeraria. Por ejemplo, los productos de joyería con cenizas cremadas se han convertido en una nueva forma de memorialización personalizada (Sweeney & Lantz, 2018).

Nuestra empresa de memorialización denominada **OSOS DEL CIELO** es una organización dedicada a ayudar a las personas a honrar la memoria de sus seres queridos fallecidos a través de productos personalizados.

En nuestra empresa, creemos que la memorialización es una parte importante del proceso de duelo y nos esforzamos por brindar productos que sean significativos y personalizados para cada uno de nuestros clientes.

En general, nuestra empresa de memorialización se compromete a proporcionar productos personalizados que honren la memoria de los seres queridos fallecidos y brinden comodidad y consuelo a nuestros clientes durante su proceso de duelo.

Además, la industria funeraria y los servicios de apoyo al duelo son una industria en constante crecimiento, y nuestro enfoque único y personalizado en la creación de osos de peluche personalizados y portarretratos nos diferencia de la competencia y nos

---

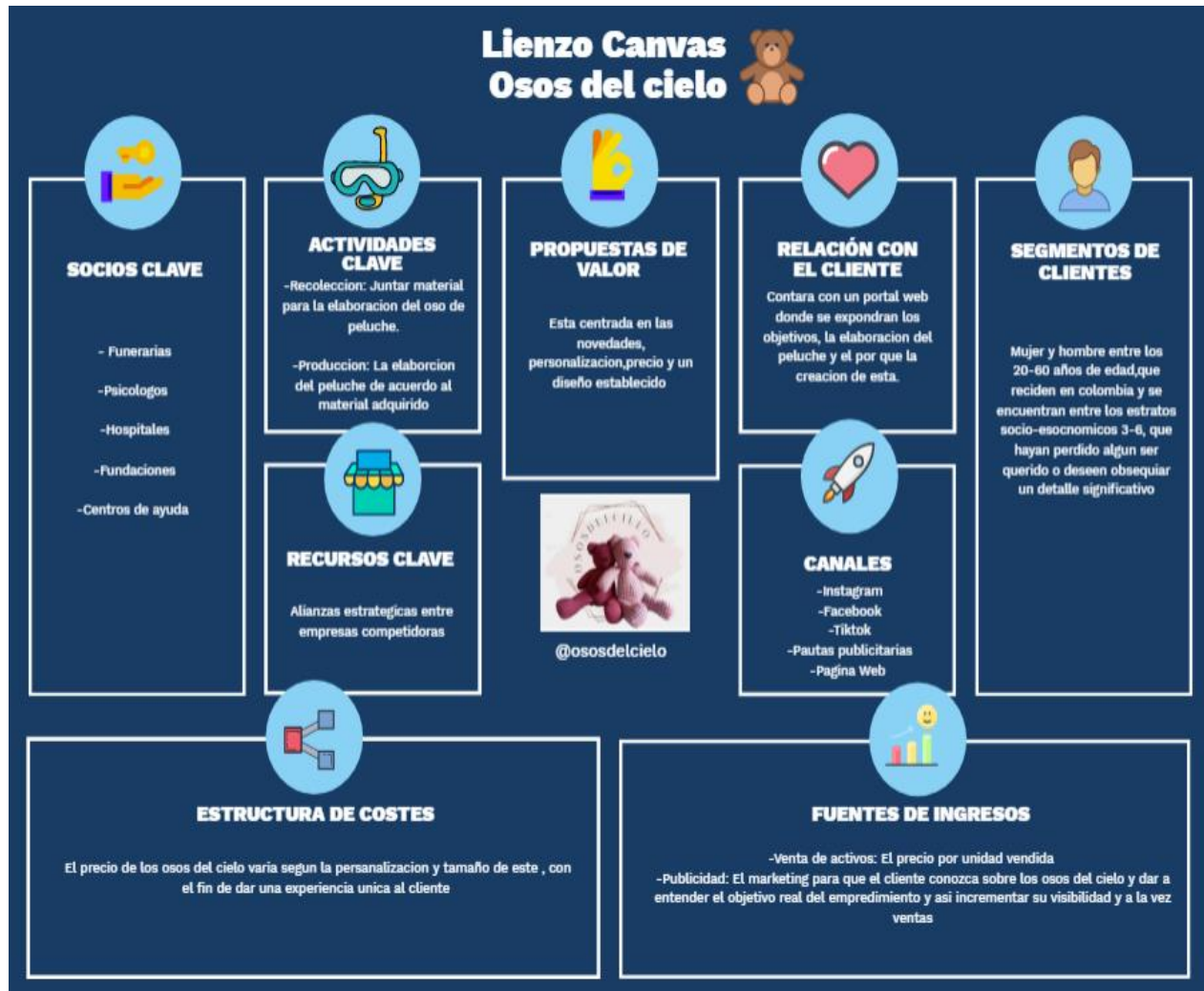
<sup>2</sup>BORTH. M (2015). The business of death: A cultural history of undertaking in the United States. Temple University Press.

posiciona como líderes en nuestro campo. Con nuestra experiencia en el manejo de prendas de vestir y nuestra habilidad para crear objetos con gran valor sentimental y emocional, podemos ofrecer una solución única y personalizada para aquellos que buscan una manera significativa de honrar y recordar a sus seres queridos fallecidos.



## 2. LIENZO CANVAS

Imagen 1. Lienzo canvas



Autor: Iniciativa propia

### 3. SEGMENTACION DEL MERCADO

**Tabla 1. Segmentación del Mercado**

<b>Segmento del mercado</b>	<b>Descripción</b>	<b>Necesidades y deseos</b>
Personas recién enlutadas	Personas que han perdido a un ser querido recientemente y buscan formas de honrar su memoria de manera significativa y personalizada.	Productos personalizados de memorialización, como osos de peluches y portarretratos personalizados hechos a partir de objetos personales del ser querido fallecido.
Familias y amigos de personas fallecidas	Familias y amigos que buscan productos de memorialización para honrar la memoria de sus seres queridos fallecidos.	Productos personalizados de memorialización, como osos de peluches y portarretratos personalizados hechos a partir de objetos personales del ser querido fallecido de familias o amigos.
Grupos religiosos o comunitarios	Grupos religiosos o comunitarios que necesitan productos personalizados para honrar la memoria de sus miembros fallecidos.	Productos personalizados de memorialización, como osos de peluches y portarretratos personalizados hechos a partir de objetos personales del ser querido fallecido para grupos religioso o comunitarios.
Personas interesadas en la planificación anticipada de la memorialización	Personas que desean planificar anticipadamente su propia memorialización para reducir la carga emocional y financiera de sus seres queridos después de su fallecimiento.	Productos personalizados de memorialización, como osos de peluches y portarretratos personalizados hechos a partir de objetos personales del ser querido fallecido para personas interesadas.
Empresas funerarias y servicios conmemorativos	Empresas funerarias y servicios conmemorativos que buscan colaboraciones con una empresa de memorialización para ofrecer productos de memorialización personalizados a sus clientes.	Productos personalizados de memorialización, como osos de peluches y portarretratos personalizados hechos a partir de objetos personales del ser querido fallecido, algo conmemorativo para empresas funerarias.



Hospitales y clínicas	Hospitales y clínicas que pueden ofrecer servicios como recomendar productos de memorialización a las familias que buscan honrar la memoria de sus seres queridos fallecidos.	Productos personalizados de memorialización, como osos de peluches y portarretratos personalizados hechos a partir de objetos personales del ser querido fallecido, con el fin de ofrecer estos productos a clínicas y hospitales.
-----------------------	---	--

**Autor:** Iniciativa propia

### 3.1. SEGMENTOS DE CLIENTES

Personas que han perdido a un ser querido y buscan una forma de honrar su memoria de manera significativa y personalizada. Familias que buscan productos de memorialización para un ser querido fallecido.

### 3.2. PROPUESTA DE VALOR

Ofrecemos una amplia variedad de opciones de memorialización personalizadas que permiten a nuestros clientes honrar la memoria de sus seres queridos de manera significativa. Nos comprometemos a brindar un servicio al cliente excepcional a nuestros clientes en todo momento.

### 3.3. CANALES

Tienda en línea para los productos personalizados. Sitio web para los productos personalizados como son los osos de peluche y los portarretratos. Publicidad en medios sociales. Alianzas con empresas funerarias locales.

### **3.4. RELACION CON EL CLIENTE**

Nos esforzamos por brindar un servicio al cliente excepcional y apoyo emocional a nuestros clientes en todo momento. Ofrecemos productos personalizados para cada uno de nuestros clientes para crear homenajes únicos.

### **3.5. FUENTES DE INGRESO**

Ventas de productos personalizados de memorialización, como los osos de peluche y los portarretratos, hechos a partir de objetos personales del ser querido fallecido.

### **3.6. RECURSOS CLAVE**

Personal capacitado para brindar servicios de asesoramiento y planificación personalizados de acuerdo con el producto que quieran adquirir. Sitio web para venta en línea de productos personalizados de memorialización. Alianzas con empresas funerarias locales.

### **3.7. ACTIVIDADES CLAVE**

Creación de productos personalizados de memorialización. Servicios de planificación para adquirir los productos personalizados.

### **3.8. ALIANZAS CLAVE**

Alianzas con empresas funerarias locales para promocionar nuestros productos personalizados. Colaboraciones con diseñadores de productos para crear productos personalizados de memorialización únicos.



### **3.9. ESTRUCTURA DE COSTOS**

Costo de materiales para crear productos personalizados de memorialización. Costos de publicidad y marketing en línea. Costos de personal capacitado para brindar un servicio único.

## **4. ALCANCE O DELIMITACION**

### **4.1. ALCANCE**

El estudio se enfocará en analizar la percepción y satisfacción de los clientes actuales de la empresa con relación a sus productos relacionados con el duelo.

Se buscará conocer las necesidades y demandas de los clientes actuales, así como las oportunidades de mejora en los productos ofrecidos, como también podría incluir una comparación con los productos ofrecidos por competidores en el mercado.

El estudio podría considerar una muestra representativa de clientes de la empresa, así como entrevistas con expertos en el campo de la psicología y el cuidado del duelo

### **4.2. DELIMITACION**

La delimitación de este estudio para la ciudad de Bogotá implica enfocarse en los aspectos específicos del mercado de la memorialización en esta ciudad. Algunos de los aspectos que podrían ser delimitados son:

Identificación de las empresas y proveedores de productos de memorialización que operan en Bogotá y su entorno.

Análisis de la demanda de productos de memorialización en Bogotá, teniendo en cuenta las características específicas de la población de la ciudad, como su tamaño, composición, nivel socioeconómico, religión, entre otros.

Identificación de las tendencias y preferencias en cuanto a los productos de memorialización en Bogotá, a través de encuestas, entrevistas y otras técnicas de investigación de mercado.

Análisis de la competencia y de las oportunidades de negocio en el mercado de la memorialización en Bogotá, identificando los principales factores que influyen en el éxito o fracaso de las empresas del sector.

Evaluación de los canales de distribución más efectivos para los productos de memorialización en Bogotá, incluyendo hospitales, funerarias, servicios conmemorativos y otros proveedores de servicios relacionados.

En resumen, la delimitación de este estudio para la ciudad de Bogotá implica un análisis detallado de las características del mercado de la memorialización en esta ciudad, incluyendo la identificación de proveedores, la demanda del mercado, las tendencias y preferencias del consumidor, la competencia y las oportunidades de negocio, y los canales de distribución más efectivos.

## 5. ESTUDIO DEL MERCADO

### 5.1. PRODUCTO/SERVICIO.

Nuestros productos y servicios están diseñados para brindar consuelo y apoyo a quienes están atravesando un proceso de duelo. Cada uno de nuestros productos está hecho para garantizar que sea suave y cómodo al tacto.

Ofrecemos una amplia variedad de osos de peluche en diferentes tamaños, colores y diseños (de acuerdo con la prenda seleccionada por el cliente), para que nuestros clientes puedan encontrar el que mejor se ajuste a sus necesidades. Además, contamos con un servicio personalizado de bordado de nombres, fechas y mensajes para que cada oso de peluche sea único y especial para el destinatario.

Nuestros portarretratos personalizados están diseñados para satisfacer las necesidades y gustos específicos de cada cliente, ofreciendo un producto altamente adaptable y especial. Estos portarretratos se destacan por su flexibilidad en el diseño y la posibilidad de una personalización total, convirtiéndose en un elemento decorativo único y significativo.

Cada portarretrato ofrece una amplia variedad de colores para los marcos, permitiendo que los clientes elijan el que mejor se adapte de acuerdo con el sentimiento del cliente. Además, todos los portarretratos incluyen un vidrio de alta calidad que protege la foto y le da un acabado elegante y profesional.

Los clientes pueden seleccionar cualquier foto que deseen en el portarretrato, ya sea una imagen especial, una obra de arte o cualquier otra ilustración. Para darle un toque especial, los portarretratos pueden incluir luces LED si el cliente lo desea, que resaltan la imagen y crean un efecto visual impactante.

También ofrecemos la opción de estampar nombres o mensajes personalizados en el marco, lo que hace que cada portarretrato sea único y especial.

Nuestra propuesta se basa en la personalización total: todo lo que el cliente desea, se elabora, garantizando que cada portarretrato cumpla con sus expectativas y se adapta perfectamente a sus necesidades y gustos personales.

El factor diferenciador de estos portarretratos radica en su capacidad para honrar y recordar a seres queridos fallecidos, aunque también pueden ser utilizados como regalos especiales o para tener presente a alguien importante en la vida del cliente. Esta versatilidad y el enfoque en la personalización emocional hacen que nuestros portarretratos sean más que un simple objeto decorativo, convirtiéndose en un símbolo de amor y memoria que trasciende el tiempo. (Angie Ramírez)

Nuestro servicio incluye una entrega rápida y segura del oso de peluche, con la opción de agregar una tarjeta personalizada con un mensaje de condolencia para el destinatario y un portarretrato con una foto del ser querido. Además, ofrecemos una garantía de satisfacción al cliente, asegurándonos de que cada uno de nuestros productos cumpla con las expectativas y necesidades de nuestros clientes.

En resumen, nuestros osos de peluche y portarretratos son una manera única y conmovedora de mostrar apoyo y consuelo a quienes están pasando por una situación de pérdida. Con materiales de alta calidad, diseños personalizados y entrega rápida y segura, estamos comprometidos en ofrecer un producto de calidad y un servicio excepcional en momentos difíciles.

**Tabla 2. Fichas Técnicas de la Empresa y del Producto**

Nombre de la empresa: Osos del cielo	
Dirección: Cra 94#153-90	
Ciudad: Bogotá D.C	
E-mail: <a href="mailto:ososdelcielo.memorables@gmail.com">ososdelcielo.memorables@gmail.com</a>	
NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO:	Osos memorables
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	Osos memorables con prendas de tus seres querido
	Materia prima: Tela, algodón siliconado, hilo, agujas y la prenda de ropa
	Color: Depende de las prendas de ropa utilizadas
	Dimensiones: 30 cm x 15cm
	Caja: 35cm x 20cm x 15cm
	Presentación: Unidad
CANTIDAD DE PRODUCCION MENSUAL	90- Unidades

PRECIO	90.000
PARTIDA ARANCELARIA	9503.00.90 (Esta clasificación incluye juguetes de peluche y muñecos de tela)
USO RECOMENDADO	Producto para recordar a un ser querido o como regalo para alguien que ha perdido a un ser querido.

**Autor:** Iniciativa propia

Nombre de la empresa: Osos del cielo	
Dirección: Cra 94#153-90	
Ciudad: Bogotá D.C	
E-mail: <a href="mailto:ososdelcielo.memorables@gmail.com">ososdelcielo.memorables@gmail.com</a>	
NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO:	Portarretrato conmemorativo
FOTOGRAFIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
	Diseñado para ayudar a quienes están experimentando la pérdida de un ser querido a mantener vivo el recuerdo de su ser querido.
	Materia prima: Madera, metal, papel, tinta y vidrio
	Color: De acuerdo con el pedido del cliente
	Dimensiones: 20cm x 25cm
	Caja: 25cm x 30cm x 10cm
	Presentación: Unidad



CANTIDAD DE PRODUCCION MENSUAL	250- Unidades
PRECIO	40.000
PARTIDA ARANCELARIA	96.09.90.90.00 (Marco para fotografía y sus partes, de cualquier material).
USO RECOMENDADO	Ayudar a las personas en duelo a mantener vivo el recuerdo de su ser querido, ofreciendo un lugar especial y respetuoso para exhibir su fotografía.

**Autor:** Iniciativa propia

## 5.2. ANÁLISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL

Hay varias empresas de memorialización en la ciudad de Bogotá que ofrecen productos para honrar la memoria de los seres queridos fallecidos. A continuación, se presenta algunas de las empresas de memorialización en Bogotá:

- **Lápidas y Placas Bogotá:** Esta empresa se especializa en la fabricación de lápidas, placas y otros monumentos conmemorativos personalizados en Bogotá. Ofrece una amplia variedad de diseños y estilos, desde lápidas tradicionales hasta placas modernas y minimalistas.
- **Funerales Los Olivos:** Esta empresa funeraria ofrece servicios funerarios completos, incluyendo asesoramiento y planificación de ceremonias conmemorativas y funerales personalizados. También ofrece productos de memorialización personalizados, como joyería con cenizas cremadas y objetos personalizados hechos a partir de objetos personales del ser querido fallecido.



- **Ser Paz:** Esta empresa se especializa en la prestación de servicios de cremación y asesoramiento en Bogotá. Ofrece una variedad de opciones de cremación, incluyendo cremación directa y cremación con ceremonia. También ofrece una amplia selección de productos de memorialización personalizados.
- **Memoralife:** Esta empresa de memorialización ofrece una amplia variedad de productos y servicios personalizados, desde joyas con cenizas cremadas hasta urnas conmemorativas y lápidas personalizadas. También ofrece servicios de asesoramiento y planificación de ceremonias conmemorativas y funerales personalizados.
- **Arte funerario:** Esta empresa se especializa en la fabricación de lápidas y monumentos funerarios personalizados en Bogotá. Ofrece una amplia variedad de diseños y estilos, desde lápidas tradicionales hasta monumentos modernos y minimalistas.

En el caso de las empresas de memorialización, su clasificación dependerá de los servicios y productos que ofrezcan. Cabe mencionar que estos códigos CIU son solo algunas posibles opciones para clasificar a las empresas de memorialización

96.03 - Servicios funerarios y actividades relacionadas, que incluyen la organización y planificación de funerales y otros servicios funerarios, así como la venta de ataúdes, urnas y otros productos funerarios.

32.99 - Fabricación de otros productos manufacturados n.c.p., que podría incluir la fabricación de lápidas, placas y otros monumentos conmemorativos

personalizados.47.89 - Otros comercios al por menor en establecimientos no especializados, que podría incluir la venta al por menor de productos de memorialización personalizados, como joyería con cenizas cremadas, urnas conmemorativas y otros objetos personalizados.

71.12 - Servicios de ingeniería y actividades conexas de consultoría técnica, que podría incluir servicios de asesoramiento y planificación de ceremonias conmemorativas y funerales personalizados.

6.09 - Otros servicios personales M.C.P., que podría incluir una variedad de servicios de memorialización personalizados, como la creación de monumentos conmemorativos, la realización de ceremonias conmemorativas personalizadas y la creación de objetos personalizados a partir de objetos personales del ser querido fallecido.

Los productos que se categorizan como productos y servicios de memorialización se encuentran clasificados en la Clasificación Industrial de Productos (CIP):

**Tabla 3. Categorías, Descripción y Productos**

Categoría CIP	Descripción	Ejemplos de productos y servicios
17 - Productos y servicios de la metalurgia básica	Esta categoría incluye productos de metalurgia, como la fabricación de lápidas y monumentos funerarios.	Lápidas, monumentos funerarios, placas conmemorativas, urnas funerarias, placas de identificación de tumbas.



18 - Fabricación de productos de madera, corcho, paja y materiales transables	Esta categoría incluye la fabricación de productos de madera y otros materiales transables utilizados en la construcción de ataúdes, urnas y otros productos funerarios.	Ataúdes, urnas funerarias, cajas de cenizas, nichos funerarios.
19 - Fabricación de productos textiles	Esta categoría incluye la fabricación de productos textiles utilizados en la fabricación de ropa de luto y otros productos de memorialización personalizados.	Ropa de luto, pañuelos de luto, bandas de luto, mantas conmemorativas personalizadas.
20 - Fabricación de productos de cuero, marroquinería y talabartería	Esta categoría incluye la fabricación de productos de cuero y otros materiales utilizados en la fabricación de objetos personalizados de memorialización, como joyas con cenizas cremadas.	Joyería con cenizas cremadas, pulseras y collares conmemorativos personalizados, cajas de recuerdo personalizadas.
21 - Fabricación de productos de la industria química	Esta categoría incluye la fabricación de productos químicos utilizados en la cremación y otros procesos de memorialización.	Cajas de cenizas, urnas conmemorativas, joyas con cenizas cremadas.
96 - Servicios personales	Esta categoría incluye una amplia variedad de servicios de memorialización personalizados, como la planificación y organización de ceremonias conmemorativas, asesoramiento en el proceso de duelo y otros servicios relacionados.	Servicios funerarios, servicios de cremación, planificación y organización de ceremonias conmemorativas, servicios de asesoramiento en el proceso de duelo.

**Autor:** Iniciativa propia

Otros productos y servicios que se encuentran en la clasificación industrial de productos son los siguientes:

**Tabla 4. Clasificación Industrial de Productos**

Categoría CIP (Clasificación Industrial de Productos)	Ejemplos de productos
---	-----------------------

17 - Productos y servicios de la metalurgia básica	Lápidas (1701), monumentos funerarios (1701), placas conmemorativas (1701), nichos funerarios (1701)
21 - Fabricación de productos de la industria química	Urnas funerarias (2109), cajas de cenizas (2109), urnas conmemorativas (2109)
20 - Fabricación de productos de cuero, marroquinería y talabartería	Joyería con cenizas cremadas (2029)
18 - Fabricación de productos de madera, corcho, paja y materiales transables	Ataúdes (1820), nichos funerarios (1820), urnas funerarias (1820), cajas de cenizas (1820)
96 - Servicios personales	Servicios funerarios (9603), ceremonias de dispersión de cenizas (9603), homenajes y otros eventos conmemorativos personalizados (9603), asesoramiento en el proceso de duelo (9609)

**Autor:** Iniciativa propia

PIB del sector funerario y servicios conexos: El PIB del sector funerario y servicios conexos en Colombia ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años. Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en el segundo trimestre de 2021, el PIB del sector funerario y servicios conexos creció un 13,8% en comparación con el mismo período del año anterior<sup>3</sup>.

**1. Tasa de mortalidad:** La tasa de mortalidad en Colombia ha aumentado en los últimos años, lo que ha impulsado la demanda de servicios y productos de memorialización. Según datos del DANE [2], en 2020 se registraron 343.120 defunciones en Colombia, un aumento del 14,7% en comparación con el año anterior<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Departamento Administrativo Nacional de Estadística

<sup>4</sup> *Ibíd.*

**2. Tendencias demográficas:** Colombia está experimentando un envejecimiento demográfico acelerado, lo que se traduce en un aumento de la demanda de servicios y productos de memorialización. Según datos del DANE en 2020, el 10,6% de la población colombiana tenía 65 años o más.

**3. Cambios en la cultura de duelo:** La cultura de duelo en Colombia está evolucionando, con un mayor enfoque en la personalización y la celebración de la vida del ser querido fallecido. Esto ha llevado a un aumento de la demanda de servicios y productos de memorialización personalizados y de alta calidad<sup>5</sup>.

**4. Competencia en el mercado:** El mercado de memorialización en Colombia es altamente competitivo, con una gran cantidad de empresas que ofrecen una amplia variedad de servicios y productos. Las empresas que se diferencian por la calidad y la personalización de sus servicios y productos tienen una ventaja competitiva en el mercado<sup>6</sup>.

En general, el sector de memorialización en Colombia está experimentando un crecimiento constante impulsado por una combinación de factores demográficos, culturales y económicos. A medida que la población envejece y se produce un cambio en la cultura del duelo, es probable que la demanda de servicios y productos de memorialización siga aumentando en el futuro cercano.

---

<sup>5</sup> Registro en Colombia DANE

<sup>6</sup> *Ibíd.*



### **5.3. DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO**

El mercado objetivo de la empresa osos del cielo que ofrece productos de osos de peluche y portarretratos personalizados para personas en duelo se compone de individuos y familias que están pasando por el proceso de duelo tras la pérdida de un ser querido. Este mercado puede ser muy sensible y emocionalmente vulnerable, por lo que es importante abordarlo con tacto y compasión.

Dentro de este mercado objetivo, se pueden distinguir varios segmentos. Por ejemplo, algunos clientes pueden estar buscando un peluche personalizado con la imagen del ser querido fallecido, mientras que otros pueden preferir un peluche con un mensaje conmovedor o una frase que honre la memoria del fallecido. Algunos clientes pueden estar dispuestos a pagar más por un producto de alta calidad, mientras que otros pueden estar más interesados en la accesibilidad del precio.

Es importante que la empresa osos del cielo se adapte a las necesidades y deseos de sus clientes y ofrezca una amplia variedad de productos para satisfacer a cada segmento. La empresa también debe estar preparada para brindar un servicio de atención al cliente amable y compasivo, ya que los clientes que se encuentran en duelo pueden ser más sensibles y requieren un trato especial.

En cuanto a la competencia, el mercado de osos de peluche y portarretratos personalizados para personas en duelo puede tener una competencia limitada debido a su naturaleza especializada. Sin embargo, es posible que existan empresas similares que

ofrezcan productos similares. Por lo tanto, la empresa debe esforzarse por diferenciarse de la competencia, ofreciendo productos de alta calidad y brindando un servicio excepcional al cliente.

En resumen, el mercado objetivo la empresa osos del cielo que ofrece productos de osos de peluche y portarretratos personalizados para personas en duelo se compone de individuos y familias que están buscando formas de honrar la memoria de un ser querido fallecido. Es importante que la empresa comprenda las necesidades y deseos de sus clientes y brinde un servicio amable y compasivo para satisfacer a cada segmento.

**Tabla 5. Información General**

INFORMACIÓN GENERAL	
Fecha de la investigación	20 de abril del 2023
Investigador(es)	Página web
Cliente	Empresa de osos de peluche y portarretratos personalizados para personas que viven una condición de duelo por la pérdida de un ser querido
Producto(s)	Osos de peluche y portarretratos personalizados para recordar a un ser querido fallecido
Sector	Industria de los productos de consuelo y apoyo emocional
Región geográfica	Colombia
FUENTES DE INFORMACIÓN	
Fuentes primarias	Encuestas en línea a clientes potenciales, entrevistas a profesionales de la industria y expertos en duelo y pérdida, entrevistas a clientes actuales de la empresa
Fuentes secundarias	Investigación de mercado, estadísticas de la industria, informes de la competencia, estudios de casos
METODOLOGÍA	
Muestra	200 clientes potenciales de diferentes edades, géneros y ubicaciones geográficas
Técnica de recolección de datos	Encuestas en línea
Análisis de datos	Análisis estadístico y de contenido
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	
¿Qué productos memorizables son más populares entre las personas en condición de duelo?	Los osos de peluche y portarretratos personalizados son los productos más populares entre los clientes potenciales según los resultados de la investigación.



¿Cuánto están dispuestos a pagar los clientes potenciales por productos memorizables?	En promedio, los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar entre \$50.000 a 100.000 pesos colombianos por un oso de peluche personalizado y entre 30.000 a 40.000 en el portarretrato personalizado.
¿Qué canales de venta prefieren los clientes potenciales para productos memorizables?	La mayoría de los clientes potenciales prefieren comprar en línea a través de las redes sociales de la empresa. Algunos clientes prefieren comprar a través de anuncios en línea.
¿Cuáles son los factores más importantes que influyen en la decisión de compra de productos memorizables?	Los factores más importantes que influyen en la decisión de compra de productos memorizables incluyen la calidad y apariencia del producto, la personalización del producto para recordar a un ser querido fallecido, precios razonables y accesibles, y opiniones positivas de otros clientes en línea.
¿Cómo se puede mejorar la oferta actual de productos memorizables para satisfacer las necesidades de los clientes potenciales?	La empresa podría mejorar la oferta actual de productos memorizables ofreciendo una mayor variedad de productos personalizados que se adapten a diferentes necesidades de los clientes, mejorando la calidad de los productos ofrecidos y proporcionando opciones de envío más rápido. Además, la empresa podría considerar la posibilidad de ofrecer productos en diferentes materiales o formatos para satisfacer mejor las necesidades y preferencias de los clientes. También sería importante asegurarse de que los precios sean accesibles para los clientes y de que se promueva la retroalimentación positiva de los clientes para construir una imagen de marca sólida y confiable.
<b>RESULTADOS</b>	
Demografía de los clientes potenciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edades comprendidas entre los 18 y los 65 años.</li> <li>• Mayoritariamente mujeres, aunque hay un número significativo de hombres interesados en estos productos.</li> <li>• Ubicados en diversas regiones geográficas.</li> </ul>
Preferencias de los clientes potenciales en cuanto a productos memorizables	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los osos de peluche personalizados son los productos más populares entre los clientes potenciales.</li> <li>• Otros productos memorizables incluyen: joyería personalizada, cuadros o lienzos, tazas personalizadas, llaveros, entre otros.</li> </ul>
Precio máximo que los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En promedio, los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar entre \$50.000 a 100.000 pesos colombianos por un oso de peluche personalizado.</li> </ul>
Canales de venta preferidos por los clientes potenciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La mayoría de los clientes potenciales prefieren comprar en línea a través de las redes sociales de la empresa.</li> <li>• Algunos clientes prefieren comprar a través de anuncios en línea.</li> </ul>
Factores más importantes que influyen en la decisión de compra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad y apariencia del producto.</li> <li>• Personalización del producto para recordar a un ser querido fallecido.</li> <li>• Precios razonables y accesibles.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opiniones positivas de otros clientes en línea.</li> </ul>
Sugerencias para mejorar la oferta actual de productos memorizables	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer una mayor variedad de productos personalizados que se adapten a diferentes necesidades de los clientes.</li> <li>• Mejorar la calidad de los productos ofrecidos.</li> <li>• Proporcionar opciones de envío más rápido</li> </ul>

**Autor:** Iniciativa propia

1. **Fundación Vivir en Paz:** esta organización ofrece apoyo emocional y espiritual a personas en duelo, así como también programas de terapia y talleres de duelo. Puedes encontrar más información en su sitio web: <https://fundacionviviren paz.org/>
2. **Asociación Colombiana de Pacientes Paliativos:** esta organización ofrece servicios de apoyo psicológico y emocional para pacientes y sus familiares que están pasando por una situación de enfermedad avanzada o terminal. Puedes encontrar más información en su sitio web: <https://asocolpaliativos.org/>
3. **Hogar Renacer:** este centro ofrece servicios de terapia y apoyo para personas en duelo, así como también programas de cuidado infantil para niños que han perdido a un ser querido. Puedes encontrar más información en su sitio web: <http://www.hogarrenacer.org/>
4. **Fundación Omacha:** esta organización ofrece apoyo emocional y psicológico para personas en duelo, así como también programas de terapia y talleres de duelo. Puedes encontrar más información en su sitio web: <https://fundacionomacha.org/>

Es importante investigar y evaluar cuidadosamente cada grupo de apoyo antes de asistir, para asegurarse de que se ajuste a las necesidades específicas de cada persona en duelo.

#### 5.4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

**Tabla 6. Análisis de la Competencia**

Competidores	Descripción	Precio promedio (en COP)	Calidad del producto	Variedad de productos	Canales de venta	Presencia en línea
Oso de peluche Colombia	Ofrecen osos de peluche para diferentes ocasiones. Tienen una sección de "osos de consolación" para situaciones de duelo	80.000	Buena calidad	Buena variedad de productos para diferentes ocasiones, pero limitada para la sección de osos de consolación	Tiendas físicas en Bogotá y Medellín	Sí, tienen un sitio web
Oso & Co	Ofrecen osos de peluche personalizados para diferentes ocasiones, incluyendo situaciones de duelo. Tienen una sección de "osos de consuelo" con diseños específicos para ese fin	120.000	Excelente calidad	Buena variedad de productos para diferentes ocasiones, con una sección específica para situaciones de duelo	Tienda física en Bogotá y ventas en línea	Sí, tienen un sitio web



Teddy Store	Ofrecen una amplia variedad de osos de peluche para diferentes ocasiones, incluyendo situaciones de duelo	60.000	Calidad aceptable	Excelente variedad de productos para diferentes ocasiones, con algunos diseños específicos para situaciones de duelo	Tiendas físicas en varias ciudades del país	Sí, tienen un sitio web
Teddy Landia	Ofrecen osos de peluche para diferentes ocasiones, con algunos diseños específicos para situaciones de duelo	70.000	Buena calidad	Variedad aceptable de productos para diferentes ocasiones, con algunos diseños específicos para situaciones de duelo	Tienda física en Cali y ventas en línea	Sí, tienen un sitio web
Peluches y Compañía	Ofrecen osos de peluche para diferentes ocasiones, con algunos diseños específicos para situaciones de duelo	50.000	Calidad aceptable	Buena variedad de productos para diferentes ocasiones, con algunos diseños específicos para situaciones de duelo	Tiendas físicas en varias ciudades del país	Sí, tienen un sitio web
Peluches de ensueño	Ofrecen una amplia variedad de peluches para diferentes ocasiones, con algunos diseños específicos para situaciones de duelo	85.000	Buena calidad	Excelente variedad de productos para diferentes ocasiones, con algunos diseños específicos para situaciones de duelo	Tiendas físicas en Bogotá y ventas en línea	Sí, tienen un sitio web



Ositos de mi corazón	Ofrecen osos de peluche para diferentes ocasiones, con una sección específica para situaciones de duelo	65.000	Buena calidad	Variedad aceptable de productos para diferentes ocasiones, con algunos diseños específicos para situaciones de duelo	Tienda física en Barranquilla y ventas en línea	Sí, tienen un sitio web
----------------------	---	--------	---------------	--	---	-------------------------

**Autor:** Iniciativa propia

En el mercado de productos para personas en duelo, los competidores directos pueden incluir empresas que ofrecen joyas conmemorativas, fotografías conmemorativas, libros de recuerdos y otros artículos personalizados. Algunos ejemplos de competidores directos pueden incluir empresas como Peluches ensueño, Ositos de mi corazón, Teddy Store y más empresas.

En términos generales, podemos ver que hay una variedad de competidores en el mercado de osos de peluche para situaciones de duelo en Colombia. Cada competidor tiene un enfoque ligeramente diferente, con algunos ofreciendo una amplia variedad de productos y otros centrándose más en diseños específicos para situaciones de duelo.

Los competidores indirectos pueden incluir empresas que ofrecen servicios de asesoramiento y terapia para personas en duelo, así como servicios de cuidado de hospicio y servicios funerarios. Estos competidores pueden ofrecer alternativas a los productos de la empresa, pero no directamente en el ámbito de los productos

personalizados. Ejemplos de competidores indirectos incluyen empresas como funerarias, hospitales y psicólogos.

Para este análisis se realizan factores clave que afectan la capacidad de una empresa para competir en el mercado. Algunos de estos factores pueden incluir la calidad de los productos y servicios ofrecidos, la atención al cliente, el precio y la ubicación geográfica. También es importante evaluar las fortalezas y debilidades de cada competidor, así como identificar las oportunidades y amenazas en el mercado.

## 5.5. ANÁLISIS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

Para el análisis se idéntica los diferentes canales de distribución para llegar a su público objetivo y tener una presencia sólida en el mercado de productos y servicios para el duelo. Al evaluar los canales de distribución existentes y considerar las oportunidades para la expansión en nuevos canales, la empresa puede maximizar su alcance y aumentar su éxito en el mercado.

**Tabla 7. Análisis de Canales de Distribución**

<b>Canal de Distribución</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>	<b>Ejemplo</b>
Venta en línea	Venta directa a través de una tienda en línea propia o de plataformas como Amazon o Etsy.	Permite llegar a un público más amplio, aumentar la visibilidad y la comodidad para el cliente.	Requiere de una inversión inicial para crear y mantener la tienda en línea.	Venta directa de osos de peluche a través de una tienda en línea propia.



Venta en tiendas físicas	Venta directa a través de tiendas físicas, ya sea propias o de distribuidores.	Permite llegar a un público más amplio y diverso, ofrecer una experiencia de compra única y generar relaciones a largo plazo con distribuidores.	Requiere de una inversión en infraestructura y logística.	Venta directa de osos de peluche a través de tiendas especializadas en productos de duelo.
Distribución en hospitales y clínicas	Distribución de los productos en hospitales y clínicas para pacientes y familias que han sufrido una pérdida.	Permite llegar a un público altamente segmentado y generar una conexión emocional con los clientes.	Puede ser difícil de implementar y puede requerir de acuerdos específicos con cada hospital o clínica.	Distribución de osos de peluche a través de hospitales y clínicas que trabajen con pacientes en duelo.
Programas de ayuda y donaciones	Distribución gratuita o a bajo costo de los productos a través de programas de ayuda y donaciones para personas en duelo.	Permite generar un impacto social positivo y mejorar la imagen de la marca.	Puede generar costos para la empresa y puede ser difícil de implementar a gran escala.	Distribución gratuita de osos de peluche a través de programas de ayuda y donaciones para personas en duelo.

**Autor:** Iniciativa propia

- **Comercio electrónico:** Una de las formas más efectivas de distribuir productos y servicios de duelo es a través de plataformas de comercio electrónico, como Amazon, Etsy, entre otros. Esto permite a los clientes realizar pedidos desde cualquier lugar y en cualquier momento, lo que resulta en un mayor alcance y conveniencia.
- **Venta directa:** La venta directa es otro canal efectivo para la distribución de productos y servicios para el duelo. En este caso, la empresa puede establecer un equipo de ventas y marketing para vender directamente a los clientes a través de ferias y exposiciones de duelo, eventos comunitarios y redes sociales.

- **Puntos de venta minoristas:** Otra opción es la venta a través de minoristas como tiendas de regalos y tiendas de duelo. Esto proporciona una mayor exposición a los productos y servicios de la empresa y puede aumentar la visibilidad de la marca.
- **Asociaciones con organizaciones de duelo:** La empresa también puede asociarse con organizaciones que ofrecen servicios de apoyo en el duelo, como hospicios y organizaciones de duelo locales. Esto permite a la empresa llegar directamente a los consumidores que están experimentando una pérdida y que pueden estar buscando productos y servicios para ayudarlos en su proceso de duelo.
- **Marketing en línea:** Los esfuerzos de marketing en línea a través de redes sociales y motores de búsqueda pueden ayudar a la empresa a llegar a una audiencia más amplia. Los anuncios en línea y la optimización del motor de búsqueda pueden ayudar a que la empresa aparezca en las primeras páginas de resultados de búsqueda para palabras clave relevantes.

## 5.6. DEFINICION Y ANALISIS DE ESTRATEGIAS DE PRECIO Y ESTRATEGIAS DE PROMOCION.

**Tabla 8. Definición de Estrategia Precio y Promoción**

Estrategia	Descripción	Ventajas	Desventajas	Ejemplo
Precios Premium	Ofrecer precios más altos que la competencia en base a la calidad, materiales y diseño de los productos.	Permite a la empresa generar mayores ganancias y posicionarse como una marca exclusiva.	Puede no ser accesible para todos los consumidores y puede limitar la base de clientes.	Ofrecer osos de peluche de alta calidad y diseño exclusivo a precios más altos que la competencia.



Precios Competitivos	Ofrecer precios similares a los de la competencia para atraer a un público más amplio y diverso.	Permite a la empresa competir en un mercado saturado y llegar a un público más amplio.	Puede limitar las ganancias y la capacidad de invertir en innovación y diseño.	Ofrecer osos de peluche de calidad y diseño similar al de la competencia a precios similares.
Promociones Especiales	Ofrecer descuentos, ofertas de 2x1, envío gratis, entre otras promociones especiales para incentivar las compras y fidelizar a los clientes.	Puede aumentar las ventas y fidelizar a los clientes.	Puede afectar la percepción de la marca y reducir las ganancias.	Ofrecer un descuento del 10% en la primera compra o un cupón de envío gratis en la segunda compra.
Regalos Promocionales	Ofrecer un regalo gratuito con la compra de un producto, como una tarjeta de condolencias personalizada.	Puede aumentar las ventas y generar una conexión emocional con los clientes.	Puede reducir las ganancias y puede ser costoso para la empresa.	Ofrecer una tarjeta de condolencias personalizada gratuita con la compra de un oso de peluche.
Publicidad en Redes Sociales	Publicar anuncios en redes sociales para promocionar los productos y servicios de la empresa.	Puede llegar a un público más amplio y diverso.	Puede ser costoso y no generar los resultados deseados.	Publicar anuncios en Facebook e Instagram para promocionar los osos de peluche para personas en duelo.

**Autor:** Iniciativa propia

### 5.6.1. ESTRATEGIAS DE PRECIO

1. **Precios Premium:** La empresa puede establecer un precio más alto que la competencia para diferenciarse de la misma y enfocarse en un segmento de mercado dispuesto a pagar más por el valor emocional del producto.

2. **Descuentos por volumen:** La empresa puede ofrecer descuentos por volumen para incentivar a los clientes a realizar compras de varios osos de peluche personalizados al mismo tiempo.
3. **Precios basados en la personalización:** La empresa puede establecer un precio basado en la complejidad de la personalización del oso de peluche. Si la personalización requiere más tiempo y esfuerzo, el precio será más alto.
4. **Precios competitivos:** La empresa puede establecer precios competitivos con los de la competencia para ganar cuota de mercado y atraer a clientes que buscan el mejor precio.

#### 5.6.2. ESTRATEGIA DE PROMOCION

1. **Publicidad en medios tradicionales:** La empresa puede invertir en publicidad en medios tradicionales como televisión, radio y prensa para llegar a una audiencia más amplia.
2. **Marketing de contenido:** La empresa puede crear contenido relevante y útil sobre la superación del duelo y cómo los osos de peluche personalizados pueden ayudar en ese proceso. Este contenido puede publicarse en el sitio web de la empresa, redes sociales y blogs.

**3. Influencer marketing:** La empresa puede colaborar con influencers relevantes en el nicho de la superación del duelo para que promuevan sus productos y servicios en sus canales de redes sociales.

**4. Programas de referidos:** La empresa puede ofrecer incentivos a los clientes que refieran a sus amigos y familiares para comprar los osos de peluche personalizados.

## 5.7. DEFINICIÓN Y ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN FISICA Y VIRTUAL

**Tabla 9. Definición y Análisis Estrategias de Comunicación**

<b>Estrategia de Comunicación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Canal de Comunicación</b>	<b>Público Objetivo</b>	<b>Objetivo</b>
Presencia en Ferias y Eventos de Duelo	Participar en ferias y eventos de duelo para llegar directamente a las personas que se encuentran en una situación de pérdida y ofrecer nuestros productos y servicios.	Ferias y eventos de duelo.	Personas que han perdido a un ser querido.	Generar conciencia sobre nuestros productos y servicios, así como establecer una conexión emocional con nuestros clientes potenciales.
Anuncios en Redes Sociales	Publicar anuncios pagados en redes sociales como Facebook e Instagram para llegar a un público más amplio que ha experimentado una pérdida y que busca formas de superar el duelo.	Redes Sociales	Personas que han perdido a un ser querido.	Aumentar el conocimiento de la marca y promocionar nuestros productos y servicios a un público más amplio.
Marketing de Influencia	Trabajar con influenciadores que puedan promocionar nuestros productos y servicios en sus redes sociales y llegar a un público más amplio y específico.	Redes Sociales	Personas que han perdido a un ser querido.	Aumentar el conocimiento de la marca y promocionar nuestros productos y servicios a un público más amplio y específico.



Correo Electrónico Personalizado	Enviar correos electrónicos personalizados a clientes potenciales y existentes para ofrecer promociones y novedades sobre nuestros productos y servicios.	Correo Electrónico	Personas que han comprado nuestros productos en el pasado y personas que han mostrado interés en ellos.	Fidelizar a nuestros clientes y aumentar las ventas.
Publicidad en Medios Tradicionales	Publicar anuncios pagados en periódicos, revistas y televisión para llegar a un público más amplio y diverso.	Medios Tradicionales	Personas que han perdido a un ser querido.	Aumentar el conocimiento de la marca y promocionar nuestros productos y servicios a un público más amplio y diverso.

**Autor:** Iniciativa propia

**1. Estrategia de comunicación física:** Esta estrategia se puede analizar que si se realizar todos los aspectos de la comunicación de forma presencial, como ferias, exposiciones, eventos, tiendas físicas, entre otros. En este sentido, la empresa puede organizar eventos especiales en tiendas, ferias o exposiciones en los que se muestren los productos y se brinde información sobre los mismos. Además, la empresa puede establecer alianzas con empresas o instituciones que promuevan la cultura del cuidado personal y la superación del duelo, como funerarias, centros de cuidado emocional, entre otros.

**2. Estrategia de comunicación virtual:** Esta estrategia es a través de medios digitales, como redes sociales, correo electrónico, sitio web, aplicaciones móviles, entre otros. En este sentido, la empresa puede utilizar las redes sociales para promocionar sus productos y servicios, publicando contenido interesante y relevante para su público objetivo, como historias de superación, tips para cuidar el duelo, testimonios de clientes,

entre otros. Además, la empresa puede ofrecer promociones y descuentos exclusivos para sus seguidores en las redes sociales.

**3. Integración de estrategias:** La empresa integre ambas estrategias de comunicación para maximizar su alcance y llegar a un mayor número de personas. La empresa puede utilizar las redes sociales para promocionar su participación en eventos físicos, y viceversa. También que la empresa tenga una página web bien diseñada y fácil de usar, donde los clientes puedan obtener más información sobre los productos y servicios, realizar pedidos en línea y dejar comentarios y testimonios.

### 5.8. PRONÓSTICO DE LA DEMANDA (PROYECCIÓN DE VENTAS)

Se realiza y analiza la proyección de ventas, para aumentar la productividad, expandir la empresa y atraer nuevos clientes. Además, es crucial realizar un seguimiento constante de los resultados y ajustar las estrategias según sea necesario para mejorar el rendimiento y alcanzar los objetivos de venta establecidos. (Es clave para el crecimiento y éxito a largo plazo de la empresa).

**Tabla 10. Pronóstico de la Demanda osos de peluche personalizados**

PRODUCTO 1:	OSOS DE PELUCHE PERSONALIZADOS				
IVA:	4%				
Porcentaje de crecimiento en ventas	No aplica	5%	5%	5%	5%
PERIODOS	2024	2025	2026	2027	2028
Ajuste de precios por medio de la Inflación		3,30%	3,10%	3,10%	0,00%



Cantidades a vender en el semestre 1	500	525	551	579	608
Cantidades a vender en el semestre 2	500	525	551	579	608
<b>TOTAL, UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>1.000</b>	<b>1.050</b>	<b>1.103</b>	<b>1.158</b>	<b>1.216</b>
Precio de venta	\$ 90.000	\$ 92.970	\$ 95.852	\$ 98.823	\$ 98.823

**Autor:** Iniciativa propia

**Tabla 11. Pronostico de la Demanda portarretratos personalizados**

PRODUCTO 2:	PORTARRETRATOS PERSONALIZADOS				
IVA:	4%				
Porcentaje de crecimiento en ventas	No aplica	5%	5%	5%	5%
PERIODOS	2024	2025	2026	2027	2028
Ajuste de precios por medio de la Inflación		3,30%	3,10%	3,10%	0,00%
Cantidades a vender en el semestre 1	1.000	1.050,0	1.102,5	1.157,5	1.215,5
Cantidades a vender en el semestre 2	1.000	1.050,0	1.102,5	1.157,6	1.215,5
<b>TOTAL, UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>2.000</b>	<b>2.100</b>	<b>2.205</b>	<b>2.315</b>	<b>2.431</b>
Precio de venta	\$ 40.000	\$ 41.320	\$ 42.601	\$ 43.922	\$ 43.922

**Autor:** Iniciativa propia

El análisis de las tablas de la proyección de ventas muestra un plan de crecimiento sólido para ambos productos, con aumentos anuales del 5% en las ventas y ajustes de precios por inflación que mantienen la rentabilidad. Para los osos de peluche personalizados, se espera una venta total de 1,216 unidades en 2028, con un precio de venta de \$98,823 por unidad. Esto indica una demanda estable y una estrategia de precios efectiva para



mantener la rentabilidad del producto. En cuanto a los portarretratos personalizados, se proyecta una venta total de 2,431 unidades en 2028, con un precio de venta de \$43,922 por unidad. Este producto también muestra un crecimiento constante en las ventas y una estrategia de precios acorde con el mercado. Ambos productos parecen tener un potencial de crecimiento positivo y estable en el mercado, respaldado por estrategias de ventas y precios bien planificadas. En el anexo ([Presupuesto financiero Osos del cielo.xls](#)) hoja 3 se puede observar sus gráficas y demás datos para mejor entendimiento.

## 5.9. PRESUPUESTO DE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS ANTERIORMENTE (MARKETING MIX)

**Total, del presupuesto de marketing mix: \$25.840.000**

**Tabla 12. Marketing Mix**

Elemento del Marketing Mix	Costo
Producto	Desarrollo y producción de 100 unidades de osos de peluche personalizados con materiales de alta calidad y diseño atractivo. Incluye la contratación de un diseñador y la compra de materiales
Precio	Precio de venta al público basado en los costos de producción y un margen de beneficio del 50%. Precio de venta sugerido: \$90,000 por oso de peluche y portarretrato \$40,000
Promoción	Publicidad en línea en Facebook y Google AdWords, y en medios de comunicación locales. Patrocinio de un evento de apoyo al duelo con una inversión de \$1, 000,000. Entrega de muestras gratuitas en hospicios y organizaciones sin fines de lucro que trabajan con personas en duelo. Costo de publicidad en línea: \$3, 500,000. Costo de publicidad en medios de comunicación locales: \$10, 000,000. Costo de muestras gratuitas: \$2,500,000



Plaza (Distribución)	Venta directa en línea a través de un sitio web de comercio electrónico, y en tiendas especializadas en regalos de apoyo al duelo y tiendas minoristas especializadas en productos de duelo. Costo de creación y mantenimiento del sitio web: \$5, 000,000. Costo de distribución en tiendas especializadas: \$3,750,000
-------------------------	---

**Autor:** Iniciativa propia

- 1. Estrategias de Producto:** La empresa debe invertir en la compra de materiales de alta calidad y maquinaria especializada para la producción de los osos de peluche personalizados. Además, la empresa debe invertir en la contratación de personal capacitado para realizar la personalización de los productos.
- 2. Estrategias de Plaza:** La empresa debe considerar los costos de envío y distribución de los productos a nivel local, regional o nacional. Asimismo, la empresa debe considerar los costos de mantener y actualizar su sitio web y plataformas de redes sociales, así como los costos asociados con la creación y gestión de una tienda en línea.
- 3. Estrategias de Precio:** La empresa debe considerar los costos de materiales, personal y producción para establecer un precio competitivo y sostenible para sus productos. Se debe considerar el costo de las promociones y descuentos, así como el margen de ganancia deseado.
- 4. Estrategias de Promoción:** La empresa debe considerar los costos asociados con la publicidad en medios tradicionales, como televisión, radio y prensa, así como el costo de la creación de contenido para el marketing de contenido y la contratación de influenciadores. Se analiza el costo de programas de referidos y promociones en línea.



**Tabla 13. Matriz DAFO**

**Matriz DAFO**

4FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA

FACTORES EXTERNOS A LA EMPRESA

DEBILIDADES (-)		AMENAZAS (-)	
1	Falta de conocimiento y conciencia sobre la importancia del apoyo emocional durante el proceso de duelo en algunos segmentos de la población.	1	Crisis económicas que puedan reducir la capacidad de pago de pacientes potenciales.
2	Dependencia de recursos humanos altamente capacitados, lo que puede limitar la capacidad de atención a pacientes en momentos de alta demanda.	2	Regulaciones y leyes que restrinjan o limiten el acceso a servicios de salud mental y apoyo emocional.
3	Competencia en el mercado de servicios de salud mental y apoyo emocional.	3	La entrada de nuevos competidores en el mercado de servicios para personas en duelo.
4	Falta de una estrategia de marketing efectiva para llegar a una audiencia más amplia.	4	La competencia con otras empresas que ofrecen servicios similares, especialmente aquellas con una marca ya establecida en el mercado.
FORTALEZAS (+)		OPORTUNIDADES (+)	
1	Equipo de profesionales altamente capacitados en el acompañamiento y asesoramiento a personas en duelo.	1	Crear alianzas con funerarias y cementerios para ofrecer servicios complementarios a sus clientes.
2	Amplia variedad de servicios personalizados para adaptarse a las necesidades específicas de cada paciente.	2	Expandir la oferta de servicios para incluir terapias y programas de apoyo específicos para diferentes tipos de pérdida.
3	Modalidades de atención presencial y virtual para mayor accesibilidad y comodidad de los pacientes.	3	Crear campañas de concientización y educación sobre el duelo y la importancia del apoyo emocional durante este proceso.
4	Precios competitivos y planes de pago flexibles para pacientes que requieren un apoyo prolongado.	4	Desarrollar programas de capacitación para profesionales de la salud y cuidadores de personas mayores para ofrecer herramientas y recursos para el manejo del duelo.

**Autor:** Iniciativa propia



En general, la matriz DOFA muestra que la empresa tiene una serie de fortalezas y oportunidades que pueden ser aprovechadas para crecer y expandir sus servicios. Sin embargo, también existen debilidades y amenazas que deben abordarse para garantizar el éxito continuo de la empresa. La empresa puede centrarse en su experiencia y en la calidad de sus servicios para diferenciarse de la competencia y aprovechar las oportunidades de mercado disponibles.



## 6. ESTUDIO TECNICO

### 6.1. ANÁLISIS DE PROVEEDURÍA (PROVEEDORES Y MATERIA PRIMA)

El presente análisis se enfoca en los proveedores y la materia prima necesaria para la fabricación de osos de peluche personalizados con la prenda del ser querido y portarretratos. Se han identificado proveedores colombianos que ofrecen los materiales requeridos para la producción de estos productos. A continuación, se presenta un análisis detallado de los proveedores seleccionados, los precios por unidad de los materiales y las dimensiones aproximadas de los mismos.

**Tabla 14. Análisis de Proveeduría (Proveedores y materia prima) osos de peluches personalizados**

OSOS DE PELUCHE PERSONALIZADOS			
Material	Proveedor	Precio por unidad	Dimensiones
Algodon silconado	Harmex S.A	\$15,000 COP/kg	-
Hilo para coser	Hilos & textiles	\$5,000 COP/rollo	100 metros
Agujas de coser	Zarzarrex	\$2,000 COP/paquete	10 unidades
Entretela	Passarela Textil	\$20,000 COP/metro	1 metro
Bordados especiales	Bordados Express S.A.S	\$8,000 COP/unidad	-
Ojos de seguridad	TjidosKaIEI	\$3,000 COP/unidad	-
Cinta metrica	Mercería Creativa Ltda	\$1,000 COP/unidad	-

**Autor:** Iniciativa propia

**Tabla 15. Análisis de Proveeduría (Proveedores y materia prima) portarretratos personalizados**

PORTARRERTRATOS			
Material	Proveedor	Precio por unidad	Dimensiones
Madera	Maderas Colombia S.A	\$10,000 COP/metro	1 metro
Vidrio	Vidriería Industrial Ltda	\$10,000 COP/metro	1 metro cuadrado
Papel especial	Papeles Finos S.A	\$10,000 COP/hoja	20x30 centímetros



Pegamento textil	Loctite	\$10,000 COP/ml	250ml
Herrajes para colgar	Ferreteria Rhino	\$5,000 COP/juego	-
Pintura acrilica	Pinturas Ltda	\$15,000 COP/ml	250 ml
Lija	Franco química	\$3,000 COP/unidad	-
Pinceles	Ferreteria Rhino	\$2,000 COP/hoja	-

**Autor:** Iniciativa propia

## 6.2. ESTUDIO DE REQUERIMIENTOS DE MAQUINA, EQUIPOS Y TECNOLOGIA

El estudio de requerimientos de maquinaria, equipos y tecnología es fundamental para la planificación de la producción de osos de peluche y portarretratos personalizados. En este análisis se detallan los equipos necesarios, sus funciones y costos, lo que permitirá una adecuada planificación financiera y logística para la puesta en marcha del negocio.

**Tabla 16. Requerimientos de máquina, equipos y tecnología osos de peluches personalizados**

OSOS DE PELUCHE PERSONALIZADOS			
Maquina/equipo	Descripción	Precio	Cantidad
Máquina de Coser Industrial	Para unir las piezas de tela y coser el algodón siliconado en la fabricación de osos de peluche.	\$3,500,000 COP	4
Cortadora de Telas	Cortadora automatizada para cortar las piezas de tela en formas específicas.	\$2,800,000 COP	2
Rellenadora de Algodón	Máquina para rellenar los osos de peluche con algodón siliconado de manera uniforme.	\$1,500,000 COP	1
Bordadora Industrial	Para personalizar los osos de peluche con prendas.	\$5,000,000 COP	1
<b>TOTAL:</b>		<b>\$26,100,000</b>	

**Autor:** Iniciativa propia

**Tabla 17. Requerimientos de máquina, equipos y tecnología portarretratos personalizados**

Maquina/equipo	Descripción	Precio	Cantidad
Sierra de Mesa	Para cortar la madera en las dimensiones adecuadas para los portarretratos.	\$1,200,000 COP	1
Cortadora de Vidrio	Para cortar el vidrio en las dimensiones necesarias para los portarretratos.	\$3,500,000 COP	1
Pegadora Automática	Para ensamblar los portarretratos de manera eficiente.	\$2,000,000 COP	1
Prensa Hidráulica	Para aplicar la presión adecuada al montar los marcos de los portarretratos.	\$4,500,000 COP	1
<b>TOTAL: \$11,200,000</b>			

**Autor:** Iniciativa propia

- Equipos Auxiliares:

Equipos de Protección Personal (EPP): Se deben adquirir equipos de protección personal para los trabajadores, incluyendo guantes, gafas de protección y máscaras. Precio: \$500,000 COP.

Herramientas Manuales: Se necesitarán herramientas manuales como tijeras, martillos, destornilladores, entre otros, para diversos procesos de fabricación. Precio: \$300,000 COP.

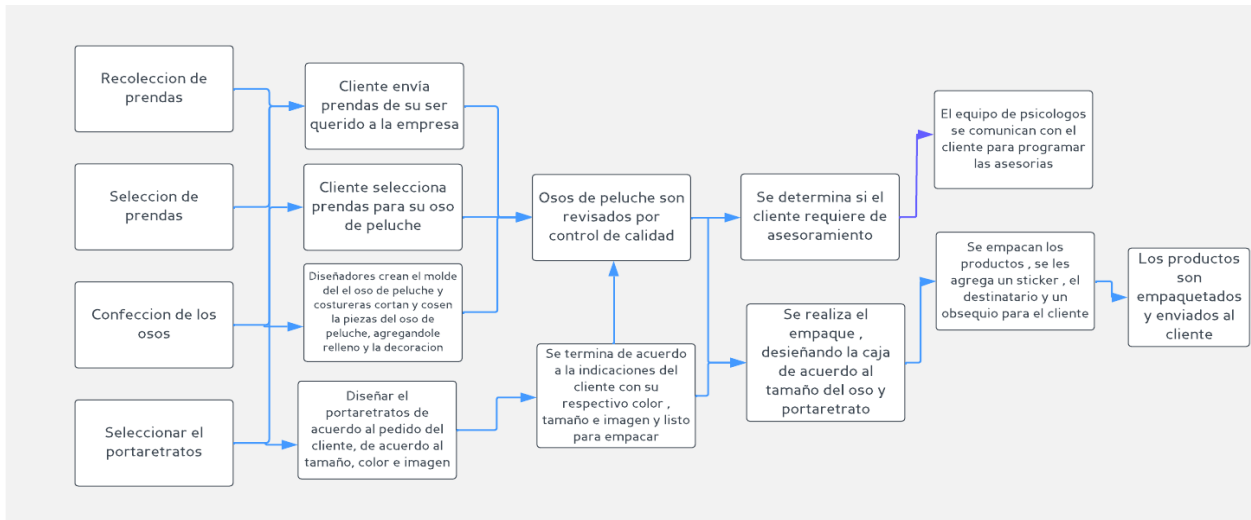
- Tecnología:

Diseño Gráfico: Se requiere software de diseño gráfico para crear los diseños personalizados de los osos de peluche y portarretratos. Precio: \$1, 000,000 COP.



### 6.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO O DEL SERVICIO

#### Imagen 1. Descripción del proceso productivo



Autor: Iniciativa propia

- 1. Recepción de las prendas:** El cliente envía las prendas de su ser querido a través de un servicio de envío o entrega en persona. Las prendas deben ser lavadas y limpiadas antes de su uso en el proceso productivo.
- 2. Selección y corte de las prendas:** Las prendas son seleccionadas cuidadosamente para garantizar que se utilicen las partes más significativas y emocionales. Luego se cortan en trozos más pequeños para coser en el oso de peluche.
- 3. Impresión del diseño:** Si el cliente desea agregar una imagen o diseño impreso en la prenda, se utiliza un software de diseño para crear y enviar el archivo a una impresora especializada que imprimirá el diseño en la prenda.
- 4. Cosido de las prendas:** Las prendas cortadas se cosen en el oso de peluche por medio de una máquina de coser de alta calidad y precisión. El proceso de cosido es

delicado y requiere habilidad y atención para garantizar que se preserven las características importantes de la prenda original.

**5. Relleno del oso de peluche:** El oso de peluche se llena con materiales de relleno, como fibra sintética o algodón.

**6. Ajuste final:** Se verifica que el oso de peluche esté bien relleno y se ajusta cualquier parte necesaria para garantizar que el oso tenga una apariencia natural y acogedora.

**7. Empaque y envío:** El oso de peluche se empaca cuidadosamente y se envía al cliente. Se incluye una nota personalizada para el cliente que detalla el proceso y la atención que se le ha dado a su prenda y su ser querido.

**Tabla 18. Inventario de procesos**

Proceso	Insumos	Salidas	Actividades
Recolección de prendas	Prendas de vestir de un ser querido	Prendas de vestir seleccionadas para el oso de peluche	El cliente envía las prendas de vestir de su ser querido a la empresa. Los empleados de la empresa seleccionan las prendas de vestir que se utilizarán para el oso de peluche. Las prendas de vestir se almacenan en un lugar seguro hasta que sean necesarias.
Selección de prendas	Prendas de vestir seleccionadas	Prendas de vestir preparadas para el oso de peluche	Los empleados de la empresa lavan y planchan las prendas de vestir. Los empleados de la empresa cortan las prendas de vestir según las medidas del oso de peluche. Los empleados de la empresa cosen las prendas de vestir al oso de peluche.
Diseño del portarretratos	Imagen del ser querido, marco de portarretratos, papel fotográfico	Portarretratos personalizado	Los empleados de la empresa imprimen la imagen del ser querido en el papel fotográfico. Los empleados de la empresa colocan la imagen del ser querido en el marco de portarretratos.



Corte y costura del oso de peluche	Tela, relleno, hilo	Oso de peluche con prendas	Los empleados de la empresa cortan la tela según las medidas del oso de peluche. Los empleados de la empresa rellenan el oso de peluche. Los empleados de la empresa cosen el oso de peluche.
Control de calidad	Osos de peluche con prendas y portarretratos personalizados	Osos de peluche con prendas y portarretratos personalizados aprobados	Los empleados de la empresa inspeccionan los osos de peluche con prendas y portarretratos personalizados en busca de defectos. Los empleados de la empresa corrigen cualquier defecto que se encuentre.
Empaquetado	Osos de peluche con prendas y portarretratos personalizados aprobados	Osos de peluche con prendas y portarretratos personalizados empaquetados	Los empleados de la empresa empaquetan los osos de peluche con prendas y portarretratos personalizados para su envío.
Envío	Osos de peluche con prendas y portarretratos personalizados empaquetados	Osos de peluche con prendas y portarretratos personalizados entregados a los clientes	Los empleados de la empresa envían los osos de peluche con prendas y portarretratos personalizados a los clientes.

**Autor:** Iniciativa propia.

Los insumos son claramente identificables. Se especifica que los insumos son prendas de vestir seleccionadas. Esto significa que las prendas de vestir ya han sido aprobadas por el cliente y que están listas para ser utilizadas en el proceso de producción.

Las salidas son claramente identificables. Se especifica que las salidas son prendas de vestir preparadas para el oso de peluche. Esto significa que las prendas de vestir han sido lavadas, planchadas, cortadas y cosidas según las medidas del oso de peluche.

Las actividades están claramente descritas. Las actividades están descritas de manera concisa y clara.



Gráfico 1. Diagrama de Flujo



Autor: Iniciativa propia.

Este diagrama de flujo muestra cada paso del proceso productivo en detalle, desde la recepción de las prendas hasta el envío del producto final al cliente. Se incluyen decisiones importantes, como la selección de prendas y la impresión de diseños, así



como el uso de maquinaria y herramientas específicas, como la máquina de coser y las fotos con sus portarretratos. Además, se destacan los controles de calidad en cada etapa para garantizar que el producto final cumpla con los estándares adecuados y satisfaga las expectativas del cliente.

#### 6.4. DISEÑO Y ANÁLISIS DE CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Tabla 19. Diseño y análisis de capacidad de producción

Cursograma analítico							
Descripción	Cantidad	Tiempo	Símbolo				
			○	□	D	⇒	▽
Preparar la tela asignada	1	30,15	x				
Planchar la tela	1	50,45	x				
Cortar medio metro de tela por	1	15	x				
Cortar la prenda por partes	1	20	x				
Calcar los moldes	2	137		x			
Unir las partes y unir para formar	1	90			x		
Rellenar el oso	1	40,3		x			
Cerrar las aberturas	1	20	x				
Aplicar pegante textil	1	30,15	x				x
Alistar lo de papelería	1	20	x				
Imprimir foto	1	10,16	x				
Escoger el portarretrato	1	10	x				
Elaborar la caja	2	60		x			
El oso, portarretrato y tarjeta	2	20,25		x			
Enviar al cliente							x
<b>METODO</b>							
Operaciones	10						
Transporte	5						
Demora	0						
Inspecciones	2						
Almacenamiento	4						
<b>Total</b>	<b>21</b>						

Autor: Iniciativa propia

Según el análisis detallado de los tiempos y actividades requeridas en el proceso de producción, se observa que el tiempo total para producir un oso de peluche es de aproximadamente 463,31 minutos, mientras que para un portarretrato es de



aproximadamente 343,85 minutos. Esto sugiere que el proceso de producción de un portarretrato es más eficiente en términos de tiempo en comparación con un oso de peluche. Además, se identifican un total de 21 actividades en el proceso, lo que indica la complejidad y el cuidado necesarios en cada paso de la producción.

La capacidad de producción de una planta es un factor crítico para garantizar que pueda satisfacer la demanda de los productos. En este caso, la capacidad promedio de la planta es de 1500 horas por semana. Esto significa que, en teoría, la planta puede operar durante 1500 horas cada semana para producir los productos planificados.

Para calcular si la capacidad de producción es suficiente para satisfacer la demanda pronosticada de osos de peluche y portarretratos, primero necesitamos comprender cuánto tiempo se necesita para producir cada uno de estos productos. Según los datos proporcionados, se requieren 3 horas para producir un oso de peluche con prendas y 2 horas para producir un portarretratos.

En las primeras dos semanas, la demanda pronosticada es de 100 osos de peluche con prendas y 100 portarretratos por semana. Esto significa que, en total, se necesitan 300 horas para producir los osos de peluche ( $100 \text{ osos} * 3 \text{ horas por oso}$ ) y 200 horas para producir los portarretratos ( $100 \text{ portarretratos} * 2 \text{ horas por portarretrato}$ ), lo que suma un total de 500 horas por semana. Dado que la capacidad de la planta es de 1500 horas por semana, hay suficiente capacidad para satisfacer esta demanda.



En las siguientes semanas, la demanda disminuye a 70 osos de peluche con prendas y 50 portarretratos en la semana 3, y a 50 osos de peluche con prendas y 50 portarretratos en la semana 4. Esto significa que se necesitan 210 horas para producir los osos de peluche y 100 horas para producir los portarretratos en la semana 3, y 150 horas para producir los osos de peluche y 100 horas para producir los portarretratos en la semana 4.

Dado que la capacidad de la planta es de 1500 horas por semana, sigue siendo suficiente para satisfacer esta demanda reducida en las semanas 3 y 4.

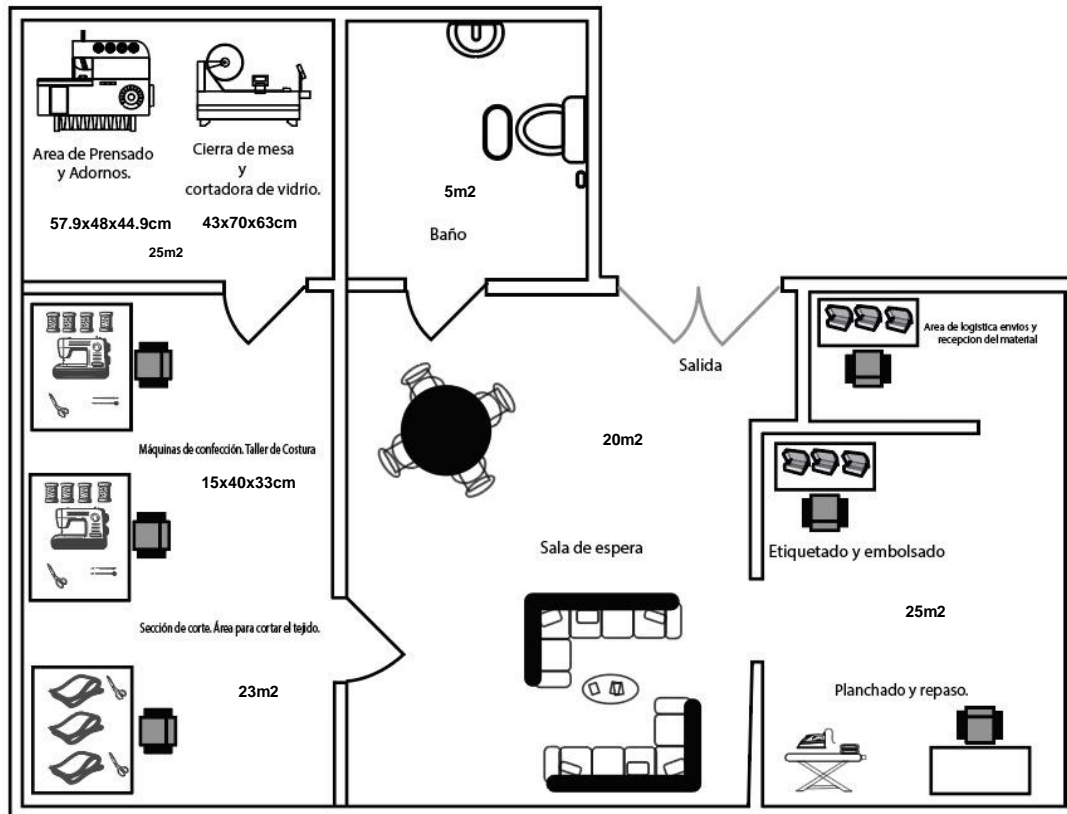
La capacidad de producción de la planta es suficiente para satisfacer la demanda pronosticada de osos de peluche y portarretratos en todas las semanas. Esto sugiere una planificación efectiva de la capacidad de producción, lo que garantiza que la planta pueda operar de manera eficiente y cumplir con las expectativas de los clientes en términos de cantidad y calidad de los productos.

#### **6.5. DISEÑO Y ANÁLISIS DE PLANTA (LAYOUT)**

La planta (Área de trabajo) se encuentra ubicada en la dirección **Cra 94#153-90** en una casa de un piso. Esta ubicación de la planta pues la zona en la que se encuentra (Suba) tiene varios distribuidores de insumos y telas (para la elaboración de los moldes para diferentes tamaños) con un precio factible para la realización del oso y portarretratos. Se puede garantizar que la empresa tiene una distribución de planta efectiva y eficiente que mejore la productividad y reduzca los costos de producción. El área total es de 120mtrs<sup>2</sup>.



Imagen 2. Planta (LAYOUT)



**Autor:** Iniciativa propio

## 6.6. PLAN DE PRODUCCION

Este plan de producción proporciona una visión detallada de la producción de osos de peluche y portarretratos, considerando la demanda, la capacidad de producción, los tiempos de producción, los costos y el inventario.

**Tabla 20. Plan de Producción de osos de peluches**

Plan de producción osos de peluches						
Semana	Demanda pronosticada	Producción realizada	Inventario inicial	Inventario final	Tiempo de producción (horas)	Costo total de producción (COP)
1	100	100	0	100	300	\$ 4.500.000
2	100	100	100	200	300	\$ 4.500.000
3	70	70	200	270	210	\$ 3.150.000
4	50	50	270	320	150	\$ 2.250.000

Plan de producción de portarretratos						
Semana	Demanda pronosticada	Producción realizada	Inventario inicial	Inventario final	Tiempo de producción (horas)	Costo total de producción (COP)
1	100	100	0	100	200	\$ 8.500.000
2	100	100	100	200	200	\$ 8.500.000
3	50	70	200	250	100	\$ 4.250.000
4	50	50	250	300	100	\$ 4.250.000

**Autor:** Iniciativa propia

**Capacidad de Producción:**

- Capacidad promedio de planta: 1500 horas/mes

**Tiempo de Producción:**

- Tiempo de producción por oso de peluche: 3 horas
- Tiempo de producción por portarretrato: 2 horas

**Costo de Producción:**

- Costo de materiales por oso de peluche: 45,000 COP

- Costo total de producción por semana: 450,000 COP
- Costo de materiales por portarretrato: 85,000 COP
- Costo total de producción por semana: 425,000 COP

**Tabla 21. Producción por producto**

Datos	Osos de peluches	Portarretratos
Ventas (en unidades)	370 unidades	300 unidades
Precio de Venta unitario	\$ 90.000	\$ 40.000
Costo de Mano de Obra x Hora	\$ 15.000	\$ 15.000
N° de Horas de Mano de Obra utilizadas	900 horas	500 horas
Costo Unitario de Materia Prima	\$ 90.000	\$ 40.000
N° de Unidades de Materia Prima utilizadas	900 kg + 900 rollos + 900 paquetes + 900 metros + 300 unidades + 900 unidades + 900 unidades	400 metros + 400 metros + 400 hojas + 200 litros + 200 juegos + 400 ml + 200 unidades + 200 unidades
Depreciación	\$ 500.000	\$ 400.000
Otros Gastos	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000

**Autor:** Iniciativa propia

**Ventas:**

- Osos de Peluche: 370 unidades
- Portarretratos: 300 unidades

**Ingresos por Ventas:**

- Osos de Peluche: \$33,300,000 COP (370 unidades x \$90,000 COP)



- Portarretratos: \$12,000,000 COP (300 unidades x \$40,000 COP)

#### **Costos:**

#### **Mano de Obra:**

- Osos de Peluche: \$13,500,000 COP (900 horas x \$15,000 COP/hora)
- Portarretratos: \$7,500,000 COP (500 horas x \$15,000 COP/hora)

#### **Materia Prima:**

- Osos de Peluche: \$24,300,000 COP (900 kg + 900 rollos + 900 paquetes + 900 metros + 300 unidades + 900 unidades + 900 unidades)
- Portarretratos: \$8,900,000 COP (400 metros + 400 metros + 400 hojas + 200 litros + 200 juegos + 400 ml + 200 unidades + 200 unidades)

#### **Depreciación:**

- Osos de Peluche: \$500,000 COP
- Portarretratos: \$400,000 COP

#### **Otros Gastos:**

- Osos de Peluche: \$1,500,000 COP
- Portarretratos: \$1,500,000 COP

#### **Costo Total:**

- Osos de Peluche: \$39,800,000 COP
- Portarretratos: \$18,300,000 COP

**Tabla 22. Material Requirements Planning (MRP)**

Programa maestro			
Artículo	Artículo	Cantidad MPS	Semana
Osos de peluche personalizados	Portarretratos	100	Semana 1
		100	Semana 2
		70	Semana 3
		50	Semana 4

Registro de inventario									
Código	Descripción	Nivel	Inventari o disponibl e	Stock de segurida d	Elemento padre	Cantida d para elaborar elemento padre	Lead time	Recepciones programadas	
								Sema na	Cantida d
1	Prendas para el oso de peluche	Bajo	30	0	Osos de peluches personalizados	10	3	1	40
2	Relleno	Bajo	20	0	Osos de peluches personalizados	15	4	1	40
3	Vidrio	Bajo	35	0	Portarretratos	10	3	2	40
4	Madera	Bajo	25	15	Portarretratos	15	4	2	40
5	Metal	Bajo	20	10	Portarretratos	10	3	3	40
6	Papel	Bajo	30	15	Portarretratos	15	4	3	40
7	Tela	Bajo	10	10	Osos de peluches personalizados	10	3	4	40
8	Algodón siliconado	Bajo	10	15	Osos de peluches personalizados	15	4	4	40

**Autor:** Iniciativa propia

El análisis del Material Requirements Planning (MRP) muestra una gestión integral de los niveles de inventario y los materiales necesarios para la producción de osos de peluche personalizados y portarretratos, destacando una planificación detallada en función de la demanda proyectada. En esta tabla, se identifican los elementos fundamentales para la fabricación de los productos, desde las materias primas como las prendas para los osos de peluche, el relleno, la tela y el algodón siliconado, hasta los materiales para los portarretratos como el vidrio, la madera, el metal y el papel.

**Tabla 23. Plan maestro de producción (MPS)**

	Unidades Familia de producto (Plan agregado)	Porcentaje de ventas Osos	60%	Porcentaje de ventas Portarretratos	40%
<b>Enero</b>	340	204		136	
<b>Febrero</b>	200	120		80	
<b>Unidades que producir</b>	540	324		216	

Semanas		Enero				Febrero			
		1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Osos de peluches con prendas (A)</b>	<b>Inventario Inicial</b>	30	35	30	38	23	22	25	20
	<b>Unidades pronosticadas</b>	51	51	51	51	30	30	30	30
	<b>Pedidos de clientes</b>	22	15	30	25	20	22	20	20
	<b>Inventario final</b>	30	6	1	9	15	14	17	12
	<b>MPS</b>	22	22	22	22	22	22	22	22
<b>Portarretratos(B)</b>	<b>Inventario Inicial</b>	30	30	30	30	30	30	30	30
	<b>Unidades pronosticadas</b>	34	34	34	34	20	20	20	20
	<b>Pedidos de clientes</b>	20	25	30	20	20	15	15	10
	<b>Inventario final</b>	32	18	18	18	32	32	32	32
	<b>MPS</b>	22	22	22	22	22	22	22	22
<b>Capacidad promedio de planta</b>		22	22	22	22	22	22	22	22

<b>Trabajadores</b>	5
---------------------	---



Horas/día	8
Días semana	6
Horas semana	48

Semanas	Octubre				Noviembre				Tiempo Estándar	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8		
MPS Referencia Osos	22	22	22	22	22	22	22	22	0,27	176
MPS Referencia Portarretratos	22	22	22	22	22	22	22	22	0,30	176
Capacidad promedio de planta	44	44	44	44	44	44	44	44		352

Capacidad instalada	576	576	576	576	576	576	576	576	576
Capacidad requerida	12,54	12,54	12,54	12,54	12,54	12,54	12,54	12,54	12,54
Déficit	563	563	563	563	563	563	563	563	563

**Autor:** Iniciativa propia

La tabla proporciona una estructura de Planificación Agregada basada en la demanda del mes de enero y febrero para dos productos: "Osos de peluches con prendas" y "Portarretratos". Se detallan las unidades previstas para cada semana, con el inventario inicial, las unidades pronosticadas, los pedidos de clientes, el inventario final y las unidades a producir.

En enero, se prevé la producción de 540 unidades en total: 340 de "Osos de peluches con prendas" y 200 de "Portarretratos". Además, se evidencia un porcentaje mayor de ventas para los "Osos de peluches con prendas" (60%) en comparación con los "Portarretratos" (40%).

El análisis de la demanda y la producción indican la necesidad de 22 unidades de ambos productos cada semana, lo que muestra una estabilidad en la producción y la capacidad promedio de la planta. La capacidad instalada supera significativamente las unidades



requeridas, generando un gran déficit en la producción con respecto a la capacidad instalada.

## 6.7. COSTEO DE LA PRODUCCIÓN

El costo de la producción es un proceso fundamental para determinar el costo total de fabricación de un producto. En el caso de los osos de peluche personalizados y los portarretratos, este análisis detalla los costos asociados con cada elemento utilizado en su fabricación, desde la materia prima hasta la mano de obra y los costos indirectos. Este análisis proporciona una visión clara de los costos involucrados en la producción de cada producto, lo que es esencial para establecer precios de venta competitivos y garantizar la rentabilidad de la empresa.

**Tabla 24. Costeo de la producción osos de peluche personalizados**

<b>Costeo de la Producción - Osos de Peluche Personalizados</b>				
<b>Material</b>	<b>Precio por unidad (COP)</b>	<b>Cantidad por unidad</b>	<b>Cantidad requerida</b>	<b>Costo total (COP)</b>
Algodón siliconado	\$ 15.000	1kg	0,5 kg por oso	\$ 7.500
Hilo para coser	\$ 5.000	1 rollo	1 rollo por oso	\$ 5.000
Agujas de coser	\$ 2.000	1 paquete	1 paquete por oso	\$ 2.000
Entretela	\$ 20.000	1 metro	1 metro por oso	\$ 20.000
Bordados especiales	\$ 8.000	1 unidad	1 unidad por oso	\$ 8.000
Ojos de seguridad	\$ 3.000	1 unidad	1 unidad por oso	\$ 3.000
Cinta métrica	\$ 1.000	1 unidad	1 unidad por oso	\$ 1.000
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>\$ 46.500</b>

**Autor:** Iniciativa propia

En la tabla de costeo de la producción de osos de peluche personalizados, se detallan los materiales utilizados en la fabricación de cada unidad. Se observa que los costos de los materiales varían, siendo el algodón siliconado y la entretela los más costosos por unidad. Esto se debe a que el algodón siliconado es el material principal para rellenar los osos de peluche, mientras que la entretela se utiliza para darle forma y consistencia al cuerpo del oso.

Los demás materiales, como el hilo para coser, las agujas de coser, los bordados especiales y los ojos de seguridad, tienen costos unitarios más bajos, pero también son esenciales en el proceso de fabricación. Por otro lado, la cinta métrica, aunque tiene un costo bajo, es necesaria para medir y cortar los materiales con precisión.

**Tabla 25. Costeo de la producción de portarretratos personalizados**

<b>Costeo de la Producción – Portarretratos</b>				
<b>Material</b>	<b>Precio por unidad (COP)</b>	<b>Cantidad por unidad</b>	<b>Cantidad requerida</b>	<b>Costo total (COP)</b>
Madera	\$ 10.000	1 metro	1 metro por portarretrato	\$ 10.000
Vidrio	\$ 10.000	1 metro cuadrado	1 metro por portarretrato	\$ 10.000
Papel especial	\$ 1.000	1 hoja	1 hoja por portarretrato	\$ 1.000
Pegamento textil	\$ 10.000	250 ml	20 ml por portarretrato	\$ 500
Herrajes para colgar	\$ 5.000	1 juego	1 juego por portarretrato	\$ 5.000
Pintura acrílica	\$ 15.000	250ml	30 ml por portarretrato	\$ 500
Lija	\$ 3.000	1 unidad	1 unidad por portarretrato	\$ 3.000
Pinceles	\$ 2.000	1 juego	1 juego por portarretrato	\$ 2.000
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>\$ 32.000</b>

**Autor:** Iniciativa propia



En la tabla de costeo de la producción de portarretratos, se detallan los materiales utilizados en la fabricación de cada unidad. El principal material, la madera, tiene un costo unitario significativo debido a su importancia en la estructura del portarretratos. El vidrio, que se utiliza para proteger la fotografía, también tiene un costo considerable por unidad. Otros materiales, como el papel especial, el pegamento textil, los herrajes para colgar, la pintura acrílica, la lija y los pinceles, tienen costos unitarios más bajos pero son esenciales en el proceso de fabricación y acabado del portarretratos.

El costo de la mano de obra varía según el salario de los empleados y el tiempo de producción por unidad. Suponiendo un salario promedio por hora de 10,000 COP para los osos de peluche y 8,000 COP para los portarretratos, y considerando los tiempos de producción por unidad, se calcula el costo total de la mano de obra.

- Osos de Peluche: 3 horas de producción por unidad
- Costo de Mano de Obra por Oso: 3 horas x 10,000 COP/hora = 30,000 COP
- Portarretratos: 2 horas de producción por unidad
- Costo de Mano de Obra por Portarretrato: 2 horas x 8,000 COP/hora = 16,000 COP

Imagen 3. Diseño y patronaje de los moldes y modelo





**Autor:** Iniciativa propia

## 7. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

### 7.1. ESTRUCTURA LEGAL-JURIDICA

**Tabla 26. Estructura legal-JURIDICA**

<b>Aspecto Legal</b>	<b>Descripción</b>
<b>Tipo de Empresa</b>	Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) o Sociedad por Acciones Simplificada (SAS)
<b>Registro Legal</b>	Registro en la entidad gubernamental (Cámara de Comercio), obtención de NIT.
<b>Propiedad Intelectual</b>	Registro de marca comercial y diseños de productos para protección de propiedad intelectual.
<b>Contratos</b>	Preparación de contratos para empleados, proveedores y colaboradores, con cláusulas de confidencialidad y propiedad intelectual.
<b>Aspectos Fiscales</b>	Consulta con contador o asesor fiscal, cumplimiento de obligaciones fiscales y de declaraciones.
<b>Normativas de Salud y Seguridad</b>	Cumplimiento de normativas de seguridad y salud para los productos.
<b>Protección de Datos</b>	Cumplimiento de leyes de protección de datos y privacidad.
<b>Licencias y Permisos</b>	Verificación de licencias y permisos requeridos para operar legalmente.
<b>Colaboraciones con Profesionales</b>	Colaboración con abogado especializado en derecho comercial y fiscal.
<b>Contratos de Compra y Venta</b>	Elaboración de contratos claros para ventas, incluyendo términos de compra, devoluciones y garantías.

**Autor:** Iniciativa propia

## **7.2. PLANEACION ESTRATEGICA**

### **1. Análisis de la Situación:**

- Investigar en profundidad sobre el proceso de duelo y la importancia de los objetos con carga emocional en la recuperación.
- Analizar el mercado actual de productos relacionados con el duelo y los osos de peluche y portarretratos personalizados.
- Evaluar la factibilidad técnica y logística de transformar prendas en osos de peluche.

### **2. Misión y Visión:**

- Misión: Brindar consuelo y apoyo emocional a personas en duelo a través de osos de peluche y portarretratos personalizados hechos de las prendas de sus seres queridos.
- Visión: Ser la compañía líder en la provisión de objetos terapéuticos que ayuden a las personas a honrar y recordar a sus seres queridos fallecidos.

### **3. Definición de Objetivos:**

- Desarrollar una línea de portarretratos y osos de peluche hechos de prendas de seres queridos que sean reconfortantes y significativos para personas en proceso de duelo.
- Crear una experiencia de compra sensible y respetuosa que guíe a los clientes a través del proceso de selección y personalización.

### **4. Estrategia de Producto:**



- Desarrollar técnicas de confección que permitan crear osos de peluche de alta calidad a partir de las prendas suministradas por los clientes.
- Ofrecer opciones de personalización detallada, incluyendo la elección de colores, patrones y detalles específicos.

#### **5. Estrategia de Marketing y Promoción:**

- Crear una identidad de marca empática y compasiva que refleje el propósito y los valores de la empresa.
- Utilizar estrategias de marketing digital y redes sociales para llegar a comunidades de duelo y grupos de apoyo.
- Colaborar con terapeutas y profesionales de la salud mental para crear contenido educativo y recursos relacionados con el proceso de duelo.

#### **6. Estrategia de Ventas y Distribución:**

- Establecer una plataforma de comercio electrónico amigable y seguro que permita a los clientes seleccionar prendas y personalizar sus osos de peluche.
- Ofrecer opciones de envío confiables y rastreables para asegurar la entrega segura y oportuna de los productos.

#### **7. Colaboraciones y Apoyo Terapéutico:**

- Establecer alianzas con terapeutas, psicólogos y expertos en el duelo para integrar el uso de los osos de peluche en terapias y procesos de recuperación.
- Ofrecer recursos terapéuticos en línea, como guías de afrontamiento y consejos para gestionar el duelo de manera saludable.

## **8. Desarrollo y Operaciones:**

- Formar un equipo de diseño y producción con experiencia en confección de peluches y manejo de prendas delicadas.
- Establecer protocolos de manejo y almacenamiento de prendas para garantizar la seguridad y la integridad de los objetos proporcionados por los clientes.

## **9. Evaluación y Mejora Continua:**

- Recopilar comentarios y testimonios de los clientes para evaluar la efectividad y la satisfacción con los productos.
- Realizar encuestas de satisfacción para medir la calidad de los productos y la experiencia de compra.
- Utilizar los datos recopilados para realizar ajustes y mejoras en la oferta y la experiencia del cliente.

## **10. Expansión y Futuro:**

- Explorar oportunidades de expansión, como la creación de otros productos relacionados con el duelo, como mantas o almohadas.
- Considerar la posibilidad de colaborar con organizaciones benéficas y hospitales para ofrecer los osos de peluche como recursos terapéuticos.

A través de esta planificación estratégica, buscamos establecer una presencia sólida en el mercado de productos personalizados, ofreciendo a nuestros clientes recuerdos significativos y de alta calidad que honran y celebran a sus seres queridos. Con un enfoque en la personalización total y la innovación constante, estamos preparados para

satisfacer las necesidades de nuestros clientes y asegurar el crecimiento y la sostenibilidad financiera de nuestra empresa. (Angie Ramírez)

### 7.3. OBJETIVOS ESTRATEGICOS

- **Plataforma de Apoyo en Línea:** Crear una plataforma en línea que ofrezca recursos y apoyo adicional para las personas en duelo. Esto podría incluir artículos, videos y grupos de apoyo virtuales que ayuden a las personas a comprender y navegar mejor por su proceso de duelo.
- **Creación de Recuerdos Tangibles:** El objetivo principal es ofrecer a las personas en duelo una forma tangible de mantener viva la memoria de su ser querido a través de osos de peluche confeccionados a partir de las prendas del fallecido. Estos osos servirán como recuerdos reconfortantes y significativos.
- **Personalización y Detalles Significativos:** Desarrollar la capacidad de crear osos de peluche personalizados que incorporen elementos únicos de las prendas del ser querido, como colores, patrones y texturas. La personalización detallada agregará un valor emocional adicional al osito.
- **Preservación de la Conexión:** El objetivo es ayudar a las personas en duelo a mantener una sensación de conexión con su ser querido a través de estos osos de peluche hechos de prendas íntimas. Esto puede proporcionar consuelo y apoyo emocional al permitirles sentir que están cerca de su ser querido.



- **Calidad y Durabilidad:** Asegurar que los osos de peluche estén confeccionados con materiales de alta calidad y técnicas de costura robustas. Esto garantizará que los peluches perduren a lo largo del tiempo, sirviendo como un objeto duradero de consuelo.
- **Experiencia Empática de Compra:** Establecer un proceso de compra empático y respetuoso que guíe a los clientes a través de la selección de prendas, colores y detalles para el osito. Brindar un espacio seguro para compartir historias y recuerdos asociados con las prendas.
- **Apoyo Terapéutico Integrado:** Colaborar con terapeutas y consejeros especializados en el duelo para ofrecer orientación sobre cómo utilizar estos osos de peluche como herramientas terapéuticas. Proporcionar recursos y guías que ayuden a los clientes a manejar su proceso de duelo de manera saludable.
- **Innovación y Diseño Continuo:** Continuar investigando y desarrollando nuevas técnicas de diseño que permitan crear osos de peluche aún más realistas y emotivos. Explorar formas de incorporar elementos como aromaterapia, grabaciones de voz y otras características sensoriales.
- **Educación y Concientización:** Lanzar campañas de concientización para educar al público sobre la importancia de encontrar formas saludables de lidiar con el duelo y cómo nuestros osos de peluche hechos de prendas pueden desempeñar un papel fundamental en este proceso.



- **Expansión de Ofertas:** Considerar la posibilidad de expandir la línea de productos para incluir otros artículos, como almohadas, mantas o incluso obras de arte hechas con las prendas del ser querido, para ofrecer a los clientes una variedad de opciones de recuerdo.
- **Medición del Impacto Emocional:** Establecer indicadores para evaluar el impacto emocional y el bienestar de los clientes que adquieren nuestros osos de peluche. Recopilar testimonios y experiencias para comprender cómo nuestros productos afectan positivamente a las personas en duelo.
- **Expansión Internacional:** Con el tiempo, considerar la expansión a nivel internacional para que las personas en todo el mundo puedan acceder a nuestros productos y servicios terapéuticos durante el duelo.
- **Alianzas Estratégicas:** Colaborar con organizaciones de salud mental, hospitales, funerarias y otros actores relevantes en el ámbito del duelo para establecer asociaciones que permitan alcanzar a un público más amplio y proporcionar apoyo integral a las personas en duelo.

#### 7.4. ESTRUCTURA ORGANICA Y REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

##### 1. Dirección Ejecutiva:

- CEO (director ejecutivo): Responsable de la visión estratégica, toma de decisiones clave y liderazgo general de la empresa.

##### 2. Departamento de Operaciones:



- Director de Operaciones: Encargado de supervisar la producción, calidad y logística de los productos.
- Equipo de Diseño y Confección: Diseñadores y costureros especializados en crear los portarretratos y osos de peluche a partir de las prendas de los seres queridos.

### **3. Departamento de Ventas y Marketing:**

- Director de Ventas y Marketing: Responsable de la estrategia de ventas, marketing y promoción.
- Especialista en Marketing Digital: Encargado de la presencia en línea, redes sociales y estrategias de publicidad en línea.
- Equipo de Atención al Cliente: Personal empático y comprensivo para asistir a los clientes en su proceso de selección y personalización.

### **4. Departamento de Terapia y Apoyo:**

- Terapeuta Asociado: Profesional de la salud mental que colabora en la creación de recursos terapéuticos y guías de manejo del duelo.
- Coordinador de Colaboraciones: Encargado de establecer relaciones con terapeutas y organizaciones de salud mental para promover el uso terapéutico de los productos.

### **5. Departamento de Desarrollo y Tecnología:**

- Director de Desarrollo: Responsable de la plataforma de comercio electrónico y desarrollo de recursos en línea.



- Equipo de Desarrollo Web: Programadores y diseñadores encargados de mantener y mejorar la tienda en línea y el sitio web.

#### **6. Administración y Finanzas:**

- Director Administrativo y Financiero: Encargado de las finanzas, presupuesto y operaciones administrativas.
- Contador: Responsable de la contabilidad, impuestos y gestión financiera de la empresa.

#### **7. Recursos Humanos:**

- Gerente de Recursos Humanos: Encargado de la contratación, capacitación y bienestar del personal.
- Especialista en Capacitación: Responsable de desarrollar programas de capacitación para el personal.

#### **8. Departamento de Calidad y Control:**

- Gerente de Calidad: Asegura que los productos cumplan con los estándares de calidad y satisfagan las expectativas de los clientes.

#### **Requerimientos de Personal:**

- CEO
- Director de Operaciones
- Diseñadores y Costureros (Equipo, tamaño dependiendo de la producción)
- Director de Ventas y Marketing

- Especialista en Marketing Digital
- Equipo de Atención al Cliente (Equipo, tamaño según demanda)
- Terapeuta Asociado
- Coordinador de Colaboraciones
- Director de Desarrollo
- Equipo de Desarrollo Web (Equipo, tamaño según necesidades tecnológicas)
- Director Administrativo y Financiero
- Contador
- Gerente de Recursos Humanos
- Especialista en Capacitación
- Gerente de Calidad

## 7.5. MANUAL DE FUNCIONES

### **CEO (director ejecutivo):**

Descripción del Rol: El CEO es el líder principal de la empresa, responsable de establecer la visión estratégica, tomar decisiones clave y liderar la organización en su conjunto.

Responsabilidades:

- Desarrollar la visión y estrategia de la empresa.
- Tomar decisiones estratégicas y tácticas.
- Supervisar el desempeño general de la empresa.

- Establecer objetivos y metas.
- Representar a la empresa en eventos y negociaciones importantes.

Requisitos:

- Experiencia en liderazgo empresarial.
- Visión estratégica y capacidad de toma de decisiones.
- Habilidades de comunicación y relaciones públicas.

**Director de Operaciones:**

Descripción del Rol: El director de Operaciones supervisa la producción, calidad y logística de los productos.

Responsabilidades:

- Gestionar la producción de osos de peluche.
- Garantizar la calidad y durabilidad de los productos.
- Supervisar el equipo de diseño y costura.
- Administrar la cadena de suministro y la logística.

Requisitos:

- Experiencia en gestión de operaciones.
- Conocimiento en confección y control de calidad.
- Habilidades de gestión y organización.



### **Especialista en Marketing Digital:**

Descripción del Rol: El Especialista en Marketing Digital se encarga de la presencia en línea, redes sociales y estrategias de publicidad en línea.

Responsabilidades:

- Desarrollar estrategias de marketing en línea.
- Administrar campañas publicitarias en redes sociales y motores de búsqueda.
- Monitorear el rendimiento en línea y analizar datos.
- Mantener la presencia de la marca en las redes sociales.

Requisitos:

- Experiencia en marketing digital.
- Conocimiento de publicidad en línea.
- Habilidades analíticas y creativas.

### **Terapeuta Asociado:**

Descripción del Rol: El Terapeuta Asociado colabora en la creación de recursos terapéuticos y guías de manejo del duelo.

Responsabilidades:

- Colaborar en la creación de recursos terapéuticos en línea.
- Proporcionar orientación sobre cómo usar los productos en procesos de duelo.



- Participar en la capacitación del personal de atención al cliente.

**Requisitos:**

- Licencia en psicología o terapia.
- Experiencia en terapia de duelo.
- Habilidades de comunicación y empatía.

**Director de Desarrollo:**

Descripción del Rol: El director de Desarrollo es responsable de la plataforma de comercio electrónico y desarrollo de recursos en línea.

**Responsabilidades:**

- Supervisar el desarrollo y mantenimiento del sitio web y la plataforma de comercio electrónico.
- Colaborar en la creación de recursos en línea.
- Coordinar el equipo de desarrollo web.

**Requisitos:**

- Experiencia en desarrollo web y comercio electrónico.
- Habilidades de gestión de proyectos.

**Contador:**

Descripción del Rol: El Contador es responsable de la contabilidad, impuestos y gestión financiera de la empresa.

Responsabilidades:

- Llevar registros financieros y preparar informes contables.
- Gestionar las obligaciones fiscales y declaraciones.
- Contribuir a la planificación financiera.

Requisitos:

- Título en contabilidad o finanzas.
- Experiencia en contabilidad y finanzas.
- Conocimiento de regulaciones fiscales.

### **Gerente de Recursos Humanos:**

Descripción del Rol: El Gerente de Recursos Humanos se encarga de la contratación, capacitación y bienestar del personal.

Responsabilidades:

- Gestionar el proceso de contratación y selección de personal.
- Desarrollar programas de capacitación.
- Monitorear el bienestar del personal.

Requisitos:

- Título en recursos humanos o administración.
- Habilidades de gestión de recursos humanos.

### **Gerente de Calidad:**

Descripción del Rol: El Gerente de Calidad asegura que los productos cumplan con los estándares de calidad y satisfagan las expectativas de los clientes.

Responsabilidades:

- Establecer estándares de calidad.
- Supervisar el control de calidad en la producción.
- Evaluar el feedback del cliente y realizar mejoras.

Requisitos:

- Experiencia en gestión de calidad.
- Conocimiento de estándares de calidad.

## **7.6. ANALISIS DE COSTOS Y GASTOS ADMINISTRATIVOS**

El análisis de costos y gastos administrativos es esencial para comprender la estructura financiera de un negocio. En este análisis, se examinan detalladamente los costos relacionados con la producción, el personal, los impuestos y otros gastos administrativos. Se recopila información sobre estos costos y se organiza en tablas para facilitar su análisis. El objetivo es identificar áreas donde se puede optimizar el gasto y mejorar la

eficiencia. El análisis detallado de cada componente proporciona una visión clara de la estructura de costos y gastos administrativos de la empresa, fundamental para la toma de decisiones estratégicas y la gestión eficiente de recursos.

**Tabla 27. Costos y gastos administrativos**

<b>Costos y Gastos (Mensuales)</b>	<b>Monto mensual (COP)</b>	<b>Porcentaje del total</b>
Costo de materiales	\$ 129.000	2.12%
Costo de mano de obra	\$ 46.000	0.76%
Gastos de personal	\$ 6.500.000	107.01%
Impuesto predial (ANUAL)	\$ 610.000	0.84%
Servicios(agua,luz,gas)	\$ 740.650	12.21%
Gastos de marketing	\$ 3.557.640	58.67%
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>11.583.290</b>

**Autor:** Iniciativa propia

El análisis de los costos y gastos administrativos muestra una fuerte concentración en el personal y el marketing, que juntos representan la mayor parte de los gastos. Esto sugiere la necesidad de revisar la eficiencia en ambos aspectos para garantizar que los recursos se utilicen de manera óptima. Los costos de materiales y servicios básicos, aunque menos significativos en comparación, también son gestionados cuidadosamente para evitar impactos negativos en el presupuesto. En general, se destaca la importancia de un control preciso y una planificación estratégica para mantener la viabilidad financiera del negocio.

## 8. ESTUDIO FINANCIERO

### 8.1. ANALISIS DE INVERSION

La inversión en **activos representa \$89,035,200 COP, equivalente al 52.53%** del total. Los gastos de puesta en marcha ascienden a \$44,517,600 COP, que corresponde al 25.03% del total. Por otro lado, los requerimientos de capital para la mano de obra directa y lo que serían los activos suman un total de \$133,706,321 COP, representando el 22.44% restante. Esta distribución muestra una asignación significativa de recursos en activos y gastos iniciales, lo que sugiere una planificación detallada y una preparación adecuada para el inicio del negocio. La ausencia de financiamiento externo indica una inversión total por parte de los emprendedores, lo que puede ser una estrategia prudente para evitar deudas, siempre y cuando se gestione eficientemente el capital disponible. En el anexo ([Presupuesto financiero Osos del cielo.xls](#)) hoja 7 se puede observar con detalles el análisis de inversión con sus respectivos cálculos.

### 8.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS

El análisis de ingresos muestra un crecimiento constante en las ventas anuales de los productos "Osos de Peluche Personalizados" y "Portarretratos Personalizados". En 2024, las ventas totales combinadas de ambos productos ascienden a \$170,000,000 COP, creciendo a \$226,894,905 COP en 2028, lo que representa un aumento total del 33.5%. Este crecimiento se refleja en la tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 7.5%. Las ventas de los "Osos de Peluche Personalizados" aumentan de \$90,000,000 COP en

2024 a \$120,119,974 COP en 2028, mientras que las ventas de los "Portarretratos Personalizados" crecen de \$80,000,000 COP en 2024 a \$106,774,931 COP en 2028.

El impuesto de IVA correspondiente también aumenta proporcionalmente con las ventas, pasando de \$6,460,000 COP en 2024 a \$8,622,006 COP en 2028. Las ventas totales más IVA aumentan de \$176,460,000 COP en 2024 a \$235,516,912 COP en 2028. Además, el impuesto de industria y comercio, calculado como un porcentaje de las ventas anuales, comienza en \$1,220 COP en 2024 y sigue una tendencia similar de crecimiento proporcional a las ventas. En resumen, el plan de negocio muestra una tendencia positiva en ingresos, apoyada por un crecimiento sostenido en la demanda de los productos, lo que indica un mercado robusto y una gestión efectiva de precios y volúmenes de ventas. En el anexo ([Presupuesto financiero Osos del cielo.xls](#)) en la hoja 3 se puede observar y analizar detalladamente los ingresos de acuerdo a la proyección de ventas realizada.

### **8.3. PRESUPUESTOS DE EGRESOS**

El en análisis de egresos el margen de contribución total aumenta consistentemente a lo largo del periodo, pasando de \$168,157,750 COP en 2024 a \$224,288,507 COP en 2028, representando un incremento del 33.4%. Este crecimiento refleja la capacidad de la empresa para generar ingresos incrementales a partir de sus operaciones básicas, a pesar del aumento en los costos fijos y variables.

Los costos totales, que incluyen nómina administrativa, producción, mercadeo, costos fijos, depreciaciones y amortizaciones, también aumentan de \$184,553,690 COP en 2024

a \$198,418,002 COP en 2028. La nómina administrativa incrementa un 9.8% durante el periodo, mientras que la nómina de producción, que comienza en \$78,914,700 COP en 2024, muestra un aumento del 9.8%, alcanzando \$86,651,396 COP en 2028. Los costos fijos aumentan un 9.8%, y las depreciaciones disminuyen en 2027 debido a la revaluación de activos, pasando de \$6,135,867 COP a \$3,730,000 COP.

En resumen, la UAI (Utilidad Antes de Impuestos) muestra una variabilidad significativa, con una disminución de \$16,395,940 COP en 2024 a \$1,994,196 COP en 2026, seguida de un aumento a \$25,870,505 COP en 2028. Esto indica que la empresa experimenta desafíos en la gestión de sus costos y en la optimización de sus márgenes operativos, a pesar del crecimiento en los ingresos. La empresa se deberá enfocar en estrategias para controlar los costos y mejorar la eficiencia operativa para mantener una tendencia positiva en sus resultados financieros. En el anexo ([Presupuesto financiero Osos del cielo.xls](#)) en la hoja 8 se puede analizar y observar los egresos de manera concisa y detallada con su debido gráfico.

#### **8.4. PRESUPUESTO DE EFECTIVO**

de transporte u otros activos. Esto implica que la empresa está enfocándose inicialmente en optimizar sus recursos existentes sin realizar grandes inversiones adicionales en activos fijos. Para los años subsiguientes (2025-2028), no hay variaciones significativas en el flujo de caja de inversión, lo que indica una estrategia de inversión conservadora y controlada.



En términos de financiamiento, en 2024 se registra una inyección de capital adicional por parte de los socios de \$100,000,000 COP, lo que constituye el principal soporte financiero para el inicio de operaciones. No se presentan desembolsos ni amortizaciones de pasivos a largo plazo, ni intereses pagados en este periodo. En 2027 y 2028, se proyectan pagos de dividendos de \$125,089 COP y \$1,468,433 COP, respectivamente, señalando la intención de recompensar a los inversionistas a medida que la empresa se vuelve más rentable. El flujo neto de caja de financiamiento refleja estos movimientos, con un valor neto de \$100,000,000 COP en 2024 y negativos en los años 2027 y 2028 debido a los pagos de dividendos.

El saldo neto del periodo muestra un saldo positivo inicial de \$132,094,567 COP en 2024, gracias a la inyección de capital de los socios. Aunque hay una disminución en 2025 a \$127,242,789 COP debido a las pérdidas operativas, el saldo neto se recupera en los años siguientes, alcanzando \$131,101,978 COP en 2026, \$172,154,484 COP en 2027, y finalmente \$206,793,234 COP en 2028. Esto representa un crecimiento acumulado del 56.5% desde el inicio del periodo en 2024 hasta 2028, indicando una mejora sustancial en la posición de caja de la empresa a lo largo de estos años. En el anexo ([Presupuesto financiero Osos del cielo.xls](#)) en la hoja 12 se puede observar detalladamente los cálculos propuestos para este flujo de efectivo.

## 8.5. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

El Estado de Resultados de ganancias y pérdidas muestra una mejora progresiva en la situación financiera de la empresa, aunque comienza con pérdidas significativas. En 2024, la empresa reporta una pérdida neta de \$27,615,941 COP, mejorando a pérdidas de \$19,891,165 COP en 2025 y \$11,180,198 COP en 2026, hasta alcanzar una utilidad distribuible de \$694,941 COP en 2027 y \$8,157,962 COP en 2028. La principal causa de estas pérdidas iniciales es el alto nivel de gastos de administración y producción, que representan un porcentaje significativo de las ventas: 51.2% y 46.4% en 2024, respectivamente.

Las ventas aumentan consistentemente, pasando de \$170,000,000 COP en 2024 a \$226,894,905 COP en 2028, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 7.5%. La utilidad bruta, que es el margen sobre las ventas después de deducir los costos directos de producción, mejora de \$153,118,363 COP en 2024 a \$211,654,987 COP en 2028, lo que refleja una gestión eficiente de los costos directos, que permanecen relativamente estables como porcentaje de las ventas. La utilidad operativa se vuelve positiva en 2027, con un margen operativo del 0.4% y alcanza un 4.8% en 2028. En resumen, aunque la empresa enfrenta desafíos iniciales significativos, las mejoras en las ventas y la reducción de la proporción de costos administrativos y de producción con el tiempo indican una tendencia hacia la rentabilidad sostenible. En el anexo ([Presupuesto financiero Osos del cielo.xls](#)) en la hoja 11 se puede observar un análisis detallado con sus respectivos porcentajes y un mejor entendimiento de acuerdo al análisis anterior.



## 8.6. BALANCE GENERAL

El balance general muestra una evolución notable en los activos y el patrimonio de la empresa entre 2023 y 2028. En términos de activos corrientes, el efectivo aumenta de \$44,534,558 COP en 2023 a \$218,214,469 COP en 2028, representando un incremento del 390%. Este aumento se refleja en el total de activos corrientes, que sube de \$44,671,121 COP en 2023 a \$218,214,469 COP en 2028, lo que evidencia una sólida liquidez y capacidad de manejo de efectivo de la empresa. Los activos no realizables, principalmente compuestos por gastos anticipados, se mantienen constantes en \$44,517,600 COP, aunque su valor neto disminuye a medida que la amortización acumulada se incrementa, alcanzando \$-44,517,600 COP en 2028

En cuanto a los activos fijos, se observa una disminución progresiva debido a la depreciación acumulada de la maquinaria y el equipo de operación. El valor neto de estos activos fijos pasa de \$44,517,600 COP en 2023 a \$25,867,600 COP en 2028, lo que implica una disminución del 41.9%. Este ajuste refleja el uso y desgaste de los activos a lo largo de los años. En total, los activos de la empresa crecen de \$133,706,321 COP en 2023 a \$244,082,069 COP en 2028, un aumento del 82.6%.

Por el lado del pasivo y patrimonio, no se registran pasivos significativos hasta 2027, cuando se introducen impuestos por pagar de \$127,618 COP, incrementándose a \$1,498,123 COP en 2028. Este cambio indica una mayor actividad fiscal conforme la empresa se vuelve más rentable. El patrimonio, impulsado por el capital social constante de \$233,706,321 COP desde 2024 y el crecimiento de las utilidades retenidas, se incrementa de \$133,706,321 COP en 2023 a \$242,583,946 COP en 2028, un aumento

del 81.4%. Este aumento en el patrimonio destaca la capacidad de la empresa para generar y retener utilidades a lo largo del tiempo. En resumen, la empresa presenta un robusto crecimiento en activos y patrimonio, acompañado por una gestión prudente de pasivos, lo que refleja una sólida posición financiera para el futuro. En el anexo ([Presupuesto financiero Osos del cielo.xls](#)) en la hoja 10 se observa detalladamente el balance general y sus datos requeridos

## **8.7. INDICADORES Y EVALUACION FINANCIERA**

El análisis de la evaluación financiera del plan de negocio muestra resultados altamente favorables. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 98.27%, significativamente superior a la tasa mínima de rendimiento esperada por los emprendedores del 20%. Este rendimiento indica que la inversión es extremadamente rentable, generando un Valor Presente Neto (VPN) positivo de \$306,732,327 COP. La diferencia notable entre la TIR y la tasa de rendimiento mínima esperada respalda la viabilidad del proyecto y justifica la inversión inicial de \$133,706,321 COP.

En términos de ratios financieros, la rentabilidad del patrimonio y del activo muestran una mejora constante, aunque comienzan en valores negativos debido a las pérdidas iniciales. La rentabilidad del patrimonio pasa de -20.65% en 2024 a 3.65% en 2028, mientras que la rentabilidad del activo mejora de -20.654% en 2024 a 3.652% en 2028. La liquidez medida por la razón corriente es adecuada a partir de 2027, alcanzando 1.448,539 en 2027 y 145,659 en 2028, lo que refleja una capacidad sólida para cubrir las



obligaciones a corto plazo. El nivel de endeudamiento se mantiene bajo, sin pasivos significativos hasta 2027, lo que limita el riesgo financiero. En resumen, el proyecto no solo supera las expectativas de rendimiento, sino que también presenta una mejora continua en la rentabilidad y liquidez, asegurando una base financiera sólida. En el anexo ([Presupuesto financiero Osos del cielo.xls](#)) en la hoja 13 se puede observar detalladamente los resultados con sus debidas gráficas y fórmulas para mayor entendimiento.

## 9. ANALISIS DE IMPACTOS

### 9.1. IMPACTOS ECONOMICOS

**Tabla 28. Impactos económicos**

<b>Impacto Económico</b>	<b>Descripción</b>
<b>Creación de Empleo</b>	Generación de empleo directo y contribución a la economía local.
<b>Estímulo de la Industria Textil</b>	Demanda de prendas de vestir y servicios de confección.
<b>Impulso al Comercio Electrónico</b>	Promoción de ventas en línea y adopción de tecnologías de comercio electrónico.
<b>Generación de Ingresos y Ventas</b>	Contribución a la economía a través de los ingresos por ventas.
<b>Colaboraciones con Proveedores</b>	Posibilidad de colaboración con proveedores locales.
<b>Promoción de la Salud Mental</b>	Impacto indirecto en reducción de costos de atención médica mental.
<b>Potencial de Exportación</b>	Oportunidades de expansión a mercados internacionales.
<b>Fomento del Emprendimiento</b>	Inspiración para otros emprendedores a abordar necesidades emocionales.
<b>Participación en Eventos y Ferias</b>	Generación de actividad económica en eventos y ferias locales.
<b>Responsabilidad Social Empresarial</b>	Posibilidad de contribuciones benéficas y colaboración con la comunidad.

**Autor:** Iniciativa propia



## 9.2. IMPACTOS SOCIALES

**Tabla 29. Impactos sociales**

Impacto Social	Descripción
Apoyo Emocional y Terapéutico	Brindar una herramienta tangible para las personas en duelo, ayudándolas a enfrentar su proceso de pérdida.
Promoción del Autocuidado	Fomentar prácticas de autocuidado y expresión emocional saludable a través de los productos.
Reducción del Aislamiento	Proporcionar una forma de conexión con los recuerdos y el legado del ser querido fallecido.
Sensibilización sobre el Duelo	Contribuir a la concienciación sobre la importancia de abordar el duelo y el impacto emocional que tiene.
Empoderamiento Emocional	Empoderar a las personas en duelo para que enfrenten su proceso con una herramienta significativa.
Creación de Comunidad	Facilitar la formación de una comunidad de apoyo que comparte experiencias similares de pérdida.
Colaboración con Profesionales de la Salud Mental	Trabajar con terapeutas y profesionales para brindar recursos terapéuticos y apoyo integral.

**Autor:** Iniciativa propia

## 9.3. IMPACTOS AMBIENTALES

**Tabla 30. Impactos ambientales**

Impacto Ambiental	Descripción
Uso de Materiales Reciclados	Utilización de prendas y materiales ya existentes, lo que puede reducir la necesidad de nuevas materias primas.
Minimización de Desechos	Transformación de prendas en productos de valor emocional, evitando el desperdicio de ropa y telas.
Concientización Ambiental	Promoción de la reutilización y el reciclaje al transformar prendas en objetos duraderos y significativos.



Desafío: Energía y Transporte	Posible uso de energía y recursos en la producción y distribución. Considerar fuentes de energía sostenible.
Desafío: Emisión de CO2	Posible emisión de carbono relacionada con el proceso de producción y envío de los productos.
Innovación en Materiales y Procesos	Buscar formas de reducir el impacto, como materiales más sostenibles o técnicas de producción de menor impacto.

**Autor:** Iniciativa propia

## 10. CONCLUSIONES

- La necesidad de consuelo y apoyo para superar el duelo se manifiesta en la alta demanda de productos y servicios que ayuden a lidiar con la pérdida de un ser querido.
- La propuesta de "Osos del cielo" de ofrecer osos de peluche personalizados se presenta como una investigación que prioriza la percepción y satisfacción de los clientes actuales, brindando una oportunidad para mejorar los productos y servicios en función de las necesidades reales de los usuarios innovadora para brindar consuelo, creando un producto significativo y conmovedor.
- El estudio enfocado en la ciudad de Bogotá permite un análisis detallado del mercado local de la memorialización, lo cual proporciona una visión profunda y concreta de la situación.
- Se destaca una amplia variedad de empresas que ofrecen una gama de servicios y productos en el mercado de la memorialización, lo que refleja un mercado amplio y diverso en Bogotá.
- La propuesta de "Recuerdo Amoroso" se enfoca en un servicio altamente personalizado, lo cual se considera esencial para ofrecer consuelo y asistencia a medida en momentos de duelo.
- La relevancia del apoyo psicosocial y emocional para superar la pérdida de un ser querido se destaca como un aspecto fundamental a considerar en la estrategia de "Recuerdo Amoroso".



- La iniciativa de "Osos del cielo" se enfoca en llenar un vacío en la sociedad, reconociendo la necesidad psicológica de afrontar la pérdida de un ser querido. Esta perspectiva va más allá de lo meramente comercial, buscando una contribución emocional y terapéutica a la sociedad.
- La propuesta de osos de peluche personalizados con prendas de seres queridos y portarretratos personalizados exhibe una capacidad innovadora para adaptarse a las cambiantes necesidades de las personas en el proceso de duelo, ofreciendo una solución singular y significativa.
- El proyecto destaca la importancia ética y emocional al crear una propuesta que se adhiere a valores fundamentales de empatía y apoyo durante momentos desafiantes en la vida de las personas.
- La oportunidad de expansión y escalabilidad es evidente, no solo en la diversificación de productos y servicios sino también en la exploración de otros mercados, no solo en Bogotá, sino a nivel nacional e internacional.

## 11. BIBLIOGRAFIA

OSTERWALDER. A., autor PIGNEUR Yves autor; Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores. Lara Vázquez Cao 2016. Sede Central 658 O85ge Ej.1

BALANKO-DICKSON, Greg, Cómo preparar un plan de negocios exitoso. McGraw-Hill Interamericana. México. 2010.  
<http://craiustadigital.usantotomas.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat06937a&AN=tom.000033175&lang=es&site=eds-live>. Sede Central 658.4012 B14CO Ej.1

BARBANCHO. Morant, JIMÉNEZ. Cardoso. Silvia: Guía para familiares en el duelo, 2020, p.4.

GALINDO Ruiz, C. J. (2011). Formulación y evaluación de planes de negocio. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/usta/70967?page=1> • Publishing, M. (2007). El plan de negocios. Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/ereader/usta/52867?page=1>

MORENO Castro, T. F. (2016). Emprendimiento y plan de negocio. RIL editores. <https://elibro.net/es/ereader/usta/67489?page=1>

BORELLO, Antonio, El plan de negocios: herramienta de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo. Editorial McGraw-Hill Interamericana. 2000.

<http://craiustadigital.usantotomas.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat06937a&AN=tom.000021666&lang=es&site=eds-live>. Sede Angélico 658.401'2 B56PAN Ej.1

DROZNES, Lázaro. Manual para un plan de negocios: Guía de trabajo basada en modelos, plantillas y check list. Publisher Autodesarrollo. 2005. Hacer clic aquí: [https://elibro.net/es/ereader/usta/35155?fs\\_q=plan\\_\\_de\\_\\_negocios\\_\\_&prev=fs](https://elibro.net/es/ereader/usta/35155?fs_q=plan__de__negocios__&prev=fs)

WARREN, R. J., & McGraw, P. (2012). The business of grief: An examination of the corporate memorialization industry. Omega-Journal of Death and Dying, 65(3), 199-218.

WALCZAK, D., & LASZCZAK, P. (2019). Commercialized death and mourning practices: Contemporary funeral industry in the US and Poland. Death Studies, 43(2), 75-85.

FUKUKAWA, Y., & HAYASHI, N. (2015). Death and business: The funeral industry in Japan. Journal of Macromarketing, 35(2), 226-240.

BOLTON, J., WALSH, S., & TIPPETT, L. (2020). Memorialization and bereavement in the digital age. Omega-Journal of Death and Dying, 81(1), 22-43.



SWEENEY, C., & LANTZ, M. H. (2018). Cremation jewelry: A new way of memorialization. *Omega-Journal of Death and Dying*, 76(3), 261-275.

TIPPETT, L. (2019). Entrepreneurship and bereavement: The intersection of individual and collective memory. *Journal of Small Business Management*, 57(4), 1284-1301. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12415>

MUNNUKKA, J., & UUSITALO, O. (2018). Business opportunities for personalized funeral services. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 34(3), 317-330. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2018.094627>

WALSH, S., & BOLTON, J. (2020). The business of mourning: Emerging trends in memorialization in the digital age. *Journal of Business Research*, 117, 697-705. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.019>

SWEENEY, C., & LANTZ, M. H. (2018). Cremation jewelry: A new way of memorialization. *Omega-Journal of Death and Dying*, 76(3), 261-275. <https://doi.org/10.1177/0030222817709559>

[1] Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), "PIB trimestral de Colombia: segundo trimestre de 2021", 2021. [Online]. Available: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/pib-trimestral-de-colombia>. [Accessed: 14-Apr-2023].

[2] Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), "Defunciones registradas en el año 2020", 2021. [Online]. Available: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/defunciones-registradas-en-el-ano-2020>. [Accessed: 14-Apr-2023].

[3] Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), "Proyecciones de población", 2021. [Online]. Available: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

## WEBGRAFÍA:

<http://www.entrepreneur.com>

<http://www.fondoemprender.com>

<http://www.emprendedores.es>

<http://alexosterwalder.com/>

<http://www.businessmodelgeneration.com/>

<http://www.innpulsacolombia.com/>

<http://www.colciencias.gov.co/>

<http://onstartups.com/>

<http://www.forentrepreneurs.com/>

<http://steveblank.com/>

<http://startuplawyer.com/>

<http://venturehacks.com/>

<http://www.dutiee.com/>

<http://www.chic-ceo.com/>

## ANEXOS

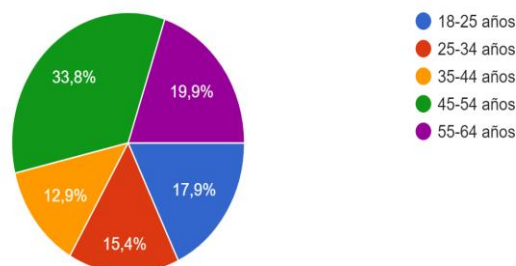
### Encuesta clientes objetivo emprendimiento Osos del cielo

Se está realizando una investigación para comprender mejor las preferencias y opiniones de las personas sobre productos para rendirle homenaje a un ser querido, específicamente osos de peluche y portarretratos personalizados. Su participación en esta encuesta nos ayudará a entender mejor cómo estos productos podrían ser percibidos en el mercado.

#### 1. Edad

- 18-25 años
- 25-34 años
- 35-44 años
- 45-54 años
- 55-64 años

Edad  
201 respuestas

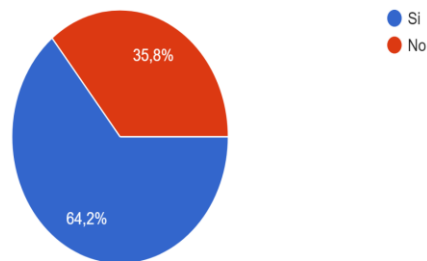


2. ¿Has experimentado la pérdida de un ser querido en los últimos 6 meses?

- Si
- No

¿Has experimentado la pérdida de un ser querido en los últimos 6 meses?

201 respuestas

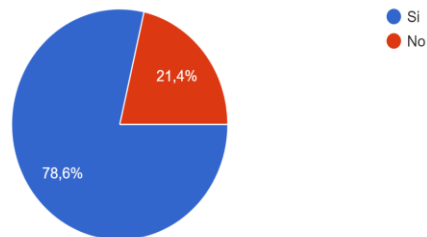


3. ¿Utilizaría productos para rendirle homenaje a un ser querido fallecido?

- Si
- No

¿Utilizaría productos para rendirle homenaje a un ser querido fallecido?

201 respuestas





4. ¿Ha utilizado algunos de los siguientes productos para recordar a un ser querido?

- Oso de peluche hecho con la prenda de tu ser querido
- Portarretrato conmemorativo con la imagen de tu ser querido
- Ninguno de los anteriores

¿Ha utilizado algunos de los siguientes productos para recordar a un ser querido ?

201 respuestas

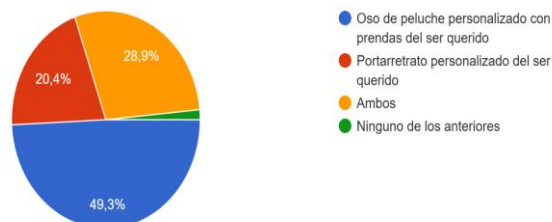


5. ¿Qué tipo de producto para rendirle homenaje consideraría usted adquirir?

- Oso de peluche personalizado con prendas del ser querido
- Portarretrato personalizado del ser querido
- Ambos
- Ninguno de los anteriores

¿Qué tipo de producto para rendirle homenaje consideraría usted adquirir?

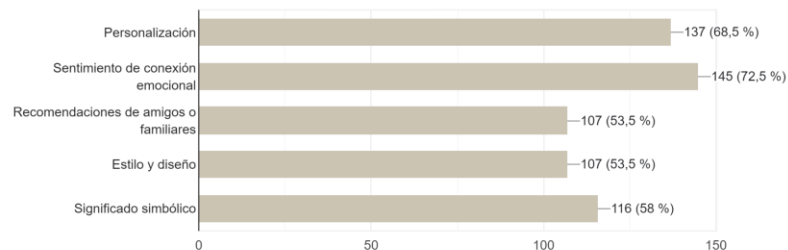
201 respuestas



6. ¿Qué te motiva a elegir estos productos para rendirle homenaje a un ser querido en particular? (Selecciona todas las que apliquen)

- Personalización
- Sentimiento de conexión emocional
- Recomendaciones de amigos o familiares
- Estilo y diseño
- Significado simbólico

¿Qué te motiva a elegir estos productos para rendirle homenaje a un ser querido en particular?  
(Selecciona todas las que apliquen)  
200 respuestas



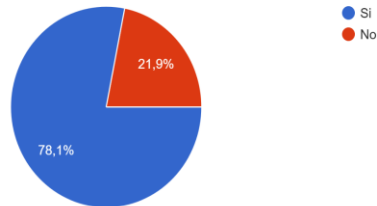
7. ¿Estaría usted dispuesto(a) a pagar por la personalización de un oso de peluche con prendas del ser querido?

- Si
- No



¿Estaría usted dispuesto(a) a pagar por la personalización de un oso de peluche con prendas del ser querido?

201 respuestas

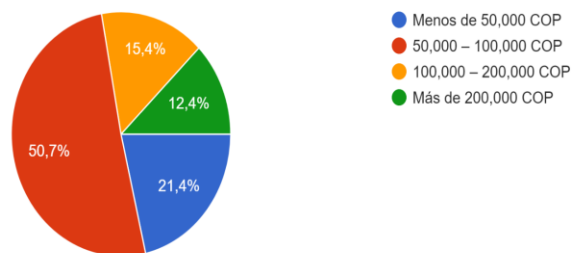


8. ¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por un oso de peluche con la prenda de su ser querido para mantener viva su memoria?

- Menos de 50,000 COP
- 50,000-100,000 COP
- 100,000-200,000 COP
- Mas de 200,000 COP

¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por un oso de peluche con la prenda de su ser querido para mantener viva su memoria?

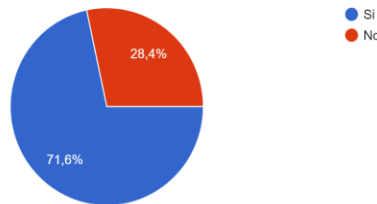
201 respuestas



9. ¿Estaría usted dispuesto(a) a pagar por un portarretrato conmemorativo con la imagen de su ser querido?

- Si
- No

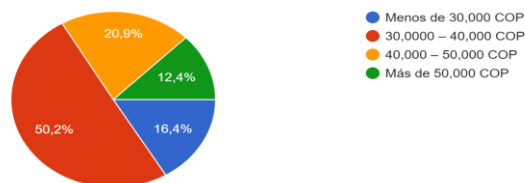
¿Estaría usted dispuesto(a) a pagar por un portarretrato conmemorativo con la imagen de su ser querido ?  
201 respuestas



10. ¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por portarretrato conmemorativo la imagen de su ser querido para mantener viva su memoria?

- Menos de 30,000 COP
- 30,000 – 40,000 COP
- 40,000 – 50,000 COP
- Más de 50,000 COP

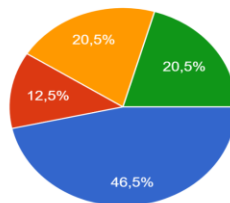
¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por portarretrato conmemorativo la imagen de su ser querido para mantener viva su memoria?  
201 respuestas



11. ¿Por cuál de los siguientes canales preferiría obtener información con el propósito de adquirir estos productos para rendirle homenaje a un ser querido? (Seleccione una o más opciones)

- Publicidad en redes sociales (por ejemplo, Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube)
- Sitios web (por ejemplo, sitio web del emprendimiento)
- Folletos impresos o catálogos (por ejemplo con links de compra)
- Anuncios en línea (por ejemplo, en Google, sitios web de otros anunciantes)
- Anuncios a través del correo electrónico

¿Por cuál de los siguientes canales preferiría obtener información con el propósito de adquirir estos productos para rendirle homenaje a un ser querido? (Seleccione una o más opciones)  
 200 respuestas



- Publicidad en redes sociales (por ejemplo, Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube)
- Sitios web (por ejemplo, sitio web del emprendimiento)
- Folletos impresos o catálogos (por ejemplo con links de compra)
- Anuncios en línea (por ejemplo, en Google, sitios web de otros anunciantes)
- Anuncios a través del correo electrónico

12. En caso de que su respuesta haya sido NO en las preguntas 2,3 y 4, ¿estaría dispuesto a comprar los siguientes productos para algún ser querido con el fin de dar un detalle especial?

- Oso de peluche personalizado con prendas del ser querido
- Portarretrato personalizado del ser querido
- Ambos
- Ninguno de los anteriores



En caso de que su respuesta haya sido NO en las pregunta 2,3 y 4, estaría dispuesto a comprar los siguientes productos para algun ser querido con el fin de dar un detalle especial ?

200 respuestas

