



**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGIA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

HEALTHY BABY S.A.S

**INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNOLOGO
EN COMERCIO INTERNACIONAL**

MANUELA GUZMÁN CIFUENTES
KANDY ALEJANDRA OROZCO TOBÓN
DANIELA BATISTA MARÍN

PROFESORES GUIA: MILTON CESAR TORO CADAVID

2017

Agradecimientos

Principalmente queremos agradecerles a nuestros padres, porque si no fuera por ellos no hubiéramos llegado tan lejos, gracias por sus consejos, apoyo y confianza, siempre han sido un ejemplo para nosotras y gracias a ellos estamos alcanzando nuestras metas con mucho orgullo.

A nuestros abuelos, por siempre estar al pendiente de nosotras, guiándonos por el mejor camino, los queremos mucho. Gracias a nuestras tías, por su paciencia y apoyo incondicional, son las mejores.

Y finalmente, queremos agradecerle al docente Milton Toro Cadavid por acompañarnos y guiarnos en este proceso, igualmente por compartir sus conocimientos como fuente de aprendizaje.

Índice

Tabla de contenido

Abreviaturas y siglas	X
Abstract	XII
Resumen Ejecutivo.....	XIII
Capítulo 1 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	3
1.1 Nombre de la Empresa y Marca.	3
1.2 Tipo de empresa.....	6
1.3 Descripción de la empresa	8
1.4 Visión y Misión de la empresa.....	9
1.4.1 Misión.....	9
1.4.2 Visión	10
1.5 Relación productos y servicios.	10
1.6 Ventajas competitivas	16
Capítulo 2 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR	18
2.1 Entorno.....	18
Capítulo 3 ANÁLISIS DEL MERCADO	49
3.1 Objetivos de Mercadeo.....	49
3.2 Perfil del Mercado Potencial de los Bienes y/o Servicios	49
3.3 Cuantificación del mercado Meta para los Bienes y/o Servicios.....	51
3.4 Mercado Competidor	53
3.5 Mercado Distribuidor	57
3.5.1 Distribución Directa	58
3.6 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación.....	59
3.6.1 Comunicación.....	59

3.6.2 Actividades de promoción y divulgación.....	61
3.7 Plan de Ventas	62
3.7.1 Proyección del método	62
3.7.2 Formula con que se calculó la muestra.	63
3.7.3 Preguntas, gráficos porcentajes y resultados	63
3.7.4 Proyección de demanda.	70
Capítulo 4 ANÁLISIS DE COMERCIO INTERNACIONAL	71
4.1 Tratados Comerciales	71
4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios.....	72
4.3 Requisitos y Vistos Buenos.....	73
4.4 Participación en Ferias Especializadas	73
4.5 Rutas de Acceso	76
4.6 Liquidación de costos de importación	77
Capítulo 5 ANÁLISIS TÉCNICO	83
5.1 Descripción del proceso de comercialización dispositivos para el cuidado de los bebes	83
5.2 Plan de comercialización.....	84
5.3 Recursos materiales para la producción	85
5.3.1 Locaciones	85
5.3.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres	87
5.3.3 Requerimientos de materiales e insumos	89
5.3.4 Requerimientos de servicios.....	90
Capítulo 6 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....	91
6.1 Estructura Organizacional del Negocio	91
6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional y Estructura de Personal	91
6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio	93
Capítulo 7 ANÁLISIS LEGAL	95
7.1 Tipo de Organización empresarial	95
7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	95
Capítulo 8 ANÁLISIS FINANCIERO	100

8.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad.....	100
8.2. Aportes de Capital de los Socios.....	102
8.3 Créditos y Préstamos Bancarios	103
8.4 Precios de los Productos	105
8.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	105
8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos.....	105
8.5 Ingresos y Egresos.....	106
8.5.1 Ingresos	106
8.5.2 Egresos	107
8.5.3 Estados Financieros.....	109
8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Análisis de Sensibilidad	117
8.6 Conclusión Financiera	118
Bibliografía	121

Lista de ilustraciones

Ilustración 1.1 logo MonBaby	3
Ilustración 1.2 RUES	4
Ilustración 1.3 Marcaria	4
Ilustración 1.4 Consulta en el RUES	5
Ilustración 1.5 Aplicación Monbaby	11
Ilustración 1.6 Broche Monbaby	17
Ilustración 1.7 Monbaby	17
Ilustración 2.1 Redes Sociales	20
Ilustración 2.2 Uso de Redes Sociales	22
Ilustración 3.1 ciudad de Medellín	50
Ilustración 3.2 Motivos de compra	53
Ilustración 3.3 dispositivo de monitoreo	54
Ilustración 3.4 dispositivo HelloBaby	56
Ilustración 3.5 dispositivo Foscam	57
Ilustración 3.6 logo MonBaby	59
Ilustración 3.7 especificaciones MonBaby	60
Ilustración 3.8 logo MonBaby	61
Ilustración 4.1 Searates.com	76
Ilustración 4.2 Searates.com	77
Ilustración 4.3 Cotización	79
Ilustración 5.1 Proceso de Comercialización	83
Ilustración 5.2 Proyección de demanda mensual	85
Ilustración 5.3 Plano del local	86
Ilustración 5.4 Muebles y Enseres	89
Ilustración 6.1 Organigrama Estructural	91
Ilustración 8.1 Tasa de interés	103
Ilustración 8.2 Total ventas	106
Ilustración 8.3 inversiones en activos fijos	107

Ilustración 8.4 Gastos pre-operativos _____	108
Ilustración 8.5 Estado de pérdidas y ganancias _____	110
Ilustración 8.6 Balance General _____	112
Ilustración 8.7 Flujo de caja _____	114
Ilustración 8.8 Salidas _____	116
Ilustración 8.9 Criterios de decisión _____	117
Ilustración 8.10 Criterios de decisión 2 _____	118

Lista de tablas

Tabla 1.1 Ficha Técnica	12
Tabla 3.1 población por grupo de edad Medellín	50
Tabla 3.2 estrato 4 medio	50
Tabla 3.3 Actividades de promoción	62
Tabla 3.4 Proyección de demanda mensual	70
Tabla 3.5 Proyección de demanda anual	70
Tabla 4.1 Costos ferias	75
Tabla 4.2 Gastos adicionales	75
Tabla 5.1 Servicios	90
Tabla 6.1 Costos Estructurales del Negocio	94
Tabla 7.1 Tramite para la constitución de la empresa	95
Tabla 8.1 Indicadores financieros sector Hardware	100
Tabla 8.2 tabla de amortización	104
Tabla 8.3 costos	105

Lista de Gráficas

Gráfica 2.1 uso promedio de smartphones.....	21
Gráfica 2.2 nacimiento por año según sexo	23
Gráfica 2.3 Defunciones fetales por año.....	24
Gráfica 2.4 Nacimientos por grupos de edad de la madre según departamento de residencia de la madre.....	25
Gráfica 2.5 Nacimientos y defunciones en Colombia 2008-2016	27
Gráfica 2.6 población por grupo de edad y sexo.....	28
Gráfica 2.7 población según sexo	29
Gráfica 2.8 población viviendas por comuna o corregimiento	30
Gráfica 2.9 variación anual IPC 2016.....	34
Gráfica 2.10 meta de inflación.....	34
Gráfica 2.11 distribución porcentual del valor CIF de las importaciones- 2017	35
Gráfica 3.1 Pregunta de encuesta No 1	64
Gráfica 3.2 Pregunta de encuesta No 2	64
Gráfica 3.3 Pregunta de encuesta No 3	65
Gráfica 3.4 Pregunta de encuesta No 4	66
Gráfica 3.5 Pregunta de encuesta No 5	66
Gráfica 3.6 Pregunta de encuesta No 5	67
Gráfica 3.7 Pregunta de encuesta No 7	68
Gráfica 3.8 Pregunta de encuesta No 8	68
Gráfica 3.9 Pregunta de encuesta No 9	69

Abreviaturas y Siglas

APP: Aplicación de software

APTDEA: Preferencias arancelarias andinas y erradicación de la droga

CFU: Costo fijo unitario

CIU: Clasificación industrial internacional uniforme

CVU: Costo variable unitario

DANE: Departamento administrativo nacional de estadística

DIAN: Dirección de impuesto y aduanas nacionales

EDI: Intercambio electrónico de datos

ERP: Planificación de recursos empresariales

ICBF: Instituto colombiano de bienestar familiar

INVIMA: Instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos

IOS: Sistema operativo de Apple

PIB: Producto interno bruto

PRI: Período de recuperación de la inversión

PV: Precio de venta

S.A.S: Simplificación por acciones simplificadas

SIC: Superintendencia de industria y comercio

SMMLV: Salario mínimo mensual legal vigente

TIC: Tecnologías de la información y la comunicación

TIR: Tasa interna de retorno

VAN: Valor actual neto

Glosario

Apósitos: cualquier producto sanitario para proteger una herida.

Centellografía: proceso de obtener imágenes internas de cuerpo y diagnosticar posibles enfermedades.

Expedir: pedir, solicitar, enviar o realizar un documento

Gaceta: es un término utilizado para definir alguna publicación o divulgación.

Guatas: articulo hecho de algodón

Microelectrónica: se entiende como el uso de la ingeniería electrónica en dimensiones

Ortésicos: son artículos que pueden ser utilizados en conjunto con los zapatos para corregir anormalidades en los pies.

Protésicos: hace referencia a las prótesis

Razón social: es el nombre que se le asigna a una compañía o empresa, también se conoce como nombre comercial.

Abstract

This business plan consists in the importation by the company Healthy Baby S.A.S of the MonBaby device from the United States. This device works like an intelligent monitor that transmits information about the vital signs of babies. The company has a store located in the city of Medellin in the sector of San Diego near the General Hospital.

The device is a good business option, since it is a practical and innovative element of great use for parents, in turn said monitor is characterized by its use because it is adaptable in any garment of the baby.

The financial proposals and projections about the company's financial companies were carried out, which were then carried out according to the studies, the viability of the business plan was determined because both the equity and the cash flow increased with the pass of the time.

It is evident that the first years the profits were reduced to the first investments that have to do with the facilities and the operation of the company, but that on the other hand increase them with the years. The profits and other factors analyzed reach values that are favorable reflecting a good performance of the company.

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocio consiste en la importación por parte de la empresa Healthy Baby S.A.S del dispositivo MonBaby proveniente de Estados Unidos. Dicho dispositivo funciona como un monitor inteligente que transmite información acerca de los signos vitales de los bebés. La empresa cuenta con una tienda ubicada en la ciudad de Medellín en el sector de San Diego cerca al Hospital General.

El dispositivo es una buena opción de negocio, ya que es un elemento práctico e innovador de gran utilidad para los padres de familia, a su vez dicho monitor se caracteriza por su manera de empleo debido a que es adaptable en cualquier prenda del bebe.

Se llevaron a cabo planteamientos financieros y proyecciones acerca de las operaciones financieras de la empresa, las cuales luego de efectuarse dichos estudios, se determina la viabilidad del plan de negocio debido a que tanto el patrimonio y el flujo de caja proyectado obtienen valores positivos que van incrementando con el paso del tiempo.

Se evidencia que para los primeros años las ganancias se ven reducidas por las primeras inversiones que tienen que ver con las la instalacion y funcionamiento de la empresa ,pero que por otra parte éstas aumentan con los años. Las utilidades y demás factores analizados alcanzan valores que resultan favorables reflejando buen desempeño de la compañía.

Introducción

El siguiente proyecto, se enfoca en la comercialización de un dispositivo diseñado para el cuidado de los bebés, este tiene como objetivo principal brindar apoyo a los padres de familia a través de alarmas que advierten sobre el estado de los pequeños. Se dio inicio a la creación de una empresa de tipo S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificadas), la cual está dedicada a la importación de dispositivos inteligentes de monitoreo que vela por la estabilidad y tranquilidad de los bebés, esta se encuentra orientada al sector terciario, principalmente la industria del hardware y software. Para llevar a cabo su actividad económica, la empresa registro la marca y la razón social en el país.

Posteriormente, se desarrolló un análisis enfocado en el estudio de mercados para determinar que riesgos, oportunidades, y amenazas debe enfrentar la compañía en un mercado competitivo, también se llevó a cabo estudios por medio de gráficas para tener conocimiento de que personas estarían dispuestas a comprar el dispositivo y de qué manera la empresa podría aumentar sus ingresos. A través de investigaciones tecnológicas se pudo delimitar que cantidad de clientes son los que más capacidad de compra poseen, y a su vez conocer que tan informados se encuentran mediante las redes sociales, etc. Además, el entorno económico, tributario y político facilitan el análisis sobre los requisitos, impuestos, entre otras cosas que la organización debe cumplir.

Por otra parte, se especifica el perfil del mercado potencial y meta, donde la empresa va a impactar al consumidor mediante su servicio y producto, además se dará a conocer el mercado competidor al que se debe enfrentar esta y la forma de distribución que debe tener. Luego se llevó a cabo una proyección de demanda, para determinar que ganancias y utilidades va a obtener Healthy Baby en un período de tiempo. Seguido de esto, se plantea que requisitos y vistos buenos debe tener la compañía para ejercer su actividad, además se detalla cuantas unidades de dispositivo se va a importar, el término de negociación y los riesgos que debe asumir cada parte.

Otro punto importante que tratar es la descripción del proceso de comercialización, el cual se realiza con el fin de que el cliente se motive o no a realizar la compra, así mismo se refleja el lugar donde será establecido el negocio, la maquinaria, equipos e insumos requeridos, y los costos fijos que Healthy Baby debe pagar así se labore o no. Al ser una microempresa cuenta con una estructura organizacional limitada y utiliza algunos servicios conocidos como tercerizados.

Para finalizar, se realizó un estudio con el fin de comprender la tasa de rentabilidad del sector, igualmente se analizó la tasa que espera el inversionista y los aportes de capital que realizan los socios para llevar a cabo el progreso de la compañía, también se tuvo en cuenta créditos y préstamos bancarios, precio del producto, ingresos y egresos de Healthy Baby, estados financieros, balance comercial, flujo de caja y análisis de sensibilidad para determinar la viabilidad del proyecto.

Capítulo 1 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

Healthy Baby S.A.S

La idea de negocio que se tiene es la comercialización de un dispositivo que apoya a los padres de familia, en el cuidado, bienestar y salud de los bebés.

1.1 Nombre de la Empresa y Marca.

a. Healthy Baby S.A.S

Se eligió este nombre ya que refleja el propósito de la idea de negocio que se tiene, proyectando el cuidado y bienestar del bebé como una prioridad para la sociedad, en especial para los padres de familia que buscan estar pendientes de la protección de sus hijos. Además, es llamativo para el público, corto, original y fácil de recordar.

b. Monbaby

Es una marca que vela por el cuidado y seguridad de los bebés, implementando tecnología inteligente logra ser potencialmente atractiva para el mercado, ya que brinda soluciones prácticas a los requerimientos del público al que se dirige Monbaby. Representa el estar al pendiente de los pequeños en todo momento.



Ilustración 1.1 logo Monbaby

Fuente: Monbaby, 2017

- c. Se identifica en el Registro Único Empresarial y Social que la razón social de la empresa es totalmente única y se encuentra disponible para el registro.



Ilustración 1.2 RUES

Fuente: RUES, 2017

En marcaria.com, se identifica que la marca Monbaby se encuentra debidamente registrada de manera legal en el país de Estados Unidos. De igual manera se evidencia que en el país de Colombia la marca Monbaby no está registrada

Ilustración 1.3 Marcaria

Se encontraron 1 marcas que contienen su término

MARCA	CLASES	ESTADO	NÚMEROS	SOLICITANTE
MONBABY SMART BUTTON	9	Registrado (Más información)	Solicitud: 86631958 Obtenido el: 16-05-2015 Registro: 4935296 Obtenido el: 12-04-2016	MonDevices, Inc



Estudio de Factibilidad de Marca

El reporte contiene un análisis de búsqueda de marca y la opinión de abogados sobre las probabilidades de registro en **Estados Unidos**

[Solicitar](#)

Registro de Marca en Estados Unidos

Si está seguro acerca de las probabilidades de registro en **Estados Unidos**, comience el proceso de registro ahora.

[Solicitar](#)

Fuente: Marcaria, 2017

Ilustración 1.4 Consulta en el RUES



Fuente: RUES, 2017

Según la superintendencia de industria y comercio estos son los pasos que se deben realizar para registrar una marca en el país de Colombia.

¿Qué aspectos se deben tener en cuenta previamente a la presentación de la solicitud de registro?

Con anterioridad a la presentación de la solicitud deben tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

- **Elegir la marca:** La marca debe ser fuerte, que perdure en el tiempo. Puede reflejar los valores de la empresa, puede contener diferentes elementos nominativos o gráficos. Una vez elegida es importante constatar que sea registrable. (ver artículos 134, 135, 136 y 137 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina).
- **Clasificar los productos o servicios:** Debe elegir los productos o servicios que distinguirá la marca y clasificarlos según la Clasificación Internacional de Niza. También puede acudir a motores que le faciliten dicha clasificación como el MGS Gestor de productos y servicios de Madrid

- **Realizar la búsqueda de antecedentes marcarios:** Para verificar si existen registradas o solicitadas con anterioridad marcas iguales o parecidas que identifiquen iguales o semejantes productos o servicios que puedan obstaculizar el registro de su marca, es recomendable realizar esta búsqueda antes de solicitar el registro de la marca, los resultados le ayudarán en el proceso de elección de la marca y en la decisión de registrarla.
- **El pago de la tasa oficial:** Los trámites ante la Superintendencia son servicios que comportan un valor llamado tasa. La Superintendencia expide anualmente una Resolución en la cual fija las Tasas asociadas a los trámites y servicios de Propiedad Industrial.

Las tasas son únicas. Es decir que usted solo las tendrá que pagar una sola vez: al momento de presentar la solicitud. En dicho pago irán incluidos los costos asociados al primer examen de la solicitud, a las notificaciones, a la publicación de la solicitud en la Gaceta de la Propiedad Industrial y, muy importante, a la expedición del certificado de registro. Existen otras tasas que se pueden causar si el solicitante desea hacer cambios durante la solicitud de registro, tales como modificaciones, correcciones, divisionales, licencias de uso y prioridades.

- **El diligenciamiento del formulario correspondiente:** La Superintendencia dispone de formularios para los trámites que adelanta, los cuales incluyen toda la información y documentación que se debe aportar. (Superintendencia de industria y comercio, 2017)

1.2 Tipo de empresa

La compañía decidió escoger el tipo de empresa S.A.S (Sociedad por acciones simplificadas), la cual está basada en un conjunto de capitales entre los socios que la conforman, al elegir este tipo de sociedad se está expuesto a una mejora progresiva debido

a que garantiza el crecimiento y la reducción de costos que facilitan las negociaciones con empresas internacionales.

Otro aspecto importante es la utilización que tiene para cualquier actividad empresarial y que no cuenta con un rango límite de socios, lo que la hace más factible y ventajosa. Otorga grandes beneficios como la reducción de trámites, limitación de responsabilidades y no es necesario optar por un revisor fiscal.

Ventajas frente a otras empresas

- Da beneficios a los emprendedores que desean incursionar en el mercado y crear un negocio por sí mismos, debido a que este tipo de sociedad requiere de uno o más accionistas.
- Facilita la creación de microempresas ya que la sociedad se enfoca en negocios que inicialmente están comenzando a progresar, permitiendo que los ingresos no sean de mayor volumen.
- Por contar con un pequeño rango de accionistas es más factible agilizar los procesos y trámites necesarios, además de la toma de decisiones.
- En caso de disolución de la S.A.S podrán constituirse nuevamente en otro tipo de sociedad.

Código de comercio nacional

Por medio de la ley 1258 de 2008 se le da vida a la creación de la sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) suscrito en el diario oficial No. 47.194 el 5 de diciembre de 2008.

ARTÍCULO 3o. NATURALEZA. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada

se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas. (Secretaría General del Senado, 2017)

1.3 Descripción de la empresa

Healthy Baby S.A.S es una empresa de tipo comercial dedicada a la importación de dispositivos inteligentes de monitoreo que velan por el cuidado y seguridad de los bebés. Esta compañía va dirigida al sector tecnológico que apoya al sector de la salud específicamente a padres de familia y a centros dedicados al cuidado de los más pequeños.

La empresa tiene un toque único y diferenciador frente a otras compañías ya que ofrece un producto innovador y práctico, aparte de esto cuenta con una sede ubicada en una zona de fácil acceso para el público, además de estar en una zona estratégica cercana a centros hospitalarios y de bastante flujo comercial en la ciudad de Medellín.

Healthy Baby a pesar de ser una micro empresa está conformada por 8 personas capacitadas para su cargo y que se preocupan por el bienestar de los bebés. Esta a su vez no deja de lado la posibilidad de aprovechar al máximo las ventajas de ser una microempresa y además expandirse en varias ciudades de todo el país colombiano.

Código CIIU

El Código CIIU acorde a la actividad económica de la compañía Healthy Baby S.A.S es el 3250 el cual describe la fabricación de instrumentos, aparatos, materiales médicos y odontológicos (incluido mobiliario).

Se incluye:

- La fabricación de aparatos de laboratorio, instrumentos quirúrgicos y médicos, aparatos y suministros quirúrgicos, equipo, material e instrumental odontológico, instrumentos médicos y dentales eléctricos de uso manual, dentaduras postizas y aparatos de ortodoncia, artículos y aparatos ortésicos y protésicos. Se incluye la fabricación de muebles de uso médico y odontológico caracterizados por funciones específicas adicionales.
- La fabricación de aparatos para pruebas psicotécnicas utilizados por profesionales para determinar, por medio de pruebas, el tiempo de reacción de la inteligencia práctica, la coordinación de los movimientos, y las modalidades de comportamiento psíquico o psicológico de individuos (aviadores, conductores de vehículos, entre otros).

Se excluye:

- La fabricación de guatas, gasas, vendas, apósitos médicos impregnados, entre otros. Se incluye en la clase 2100, «Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico».
- La fabricación de instrumentos de análisis de laboratorio y termómetros de otros usos, diferentes al uso médico. Se incluye en la clase 2651, «Fabricación de equipo de medición, prueba, navegación y control».
- La fabricación de equipo electrónico de uso médico y terapéutico (radiológico, resonancia magnética, ultrasonido, endoscopia, entre otros). Se incluye en la clase 2660, «Fabricación de equipo de irradiación y equipo electrónico de uso médico y terapéutico».

1.4 Visión y Misión de la empresa

1.4.1 Misión

Healthy Baby busca el progreso y la rentabilidad sostenible de la compañía, otorgando uno de los mejores productos en cuanto a calidad, innovación, seguridad y bienestar para los

pequeños y sus familias, para los empleados se desea un ambiente de trabajo sólido y amable mediante la mejora en la productividad y las relaciones interpersonales.

El pilar fundamental de la compañía es la conservación de cada uno de los clientes teniendo en cuenta sus exigencias y reflejando en ello el respeto, compromiso, seguridad, pasión, responsabilidad social y principalmente una buena orientación al cliente como valores únicos y destacables de esta.

1.4.2 Visión

Para el año 2021 Healthy Baby S.A.S será la mejor empresa comercializadora en cuanto a dispositivos aptos para el cuidado de los bebés, sobrepasando las perspectivas del cliente con productos de alta magnitud e innovación y de esta manera brindando servicios eficaces. Se pretende llegar a generar un impacto positivo en la sociedad mediante la aceptación del producto y así lograr la sostenibilidad y reconocimiento de la empresa.

1.5 Relación productos y servicios.

MonBaby es un monitor inteligente en forma de broche capaz de brindar seguridad y control a quienes se encuentran pendientes del estado de los bebés, se encarga de monitorear la frecuencia respiratoria, ver el estado, movimiento y posición de los niños al dormir, emite todos los signos vitales de importancia en los bebés y estos dan aviso a los padres por medio de sus teléfonos celulares.

MonBaby se compone de un broche inteligente y una aplicación móvil para todo tipo de sistema operativo (Android o IOS), el botón se encarga de transmitir cómo se encuentra el bebé en cada momento, enviando dicha información a la aplicación donde se puede elegir qué tipo de aviso se desea recibir, sea sobre su posición, detención de caídas, entre otras.

¿Y cómo se usa? MonBaby es puesto en el pijama o cualquier prenda del bebe, luego se conecta el botón al teléfono y de esta manera se monitorea todo lo relacionado con los pequeños en tiempo real.

Beneficios para el cliente

- Mayor flexibilidad y mejor rentabilidad en cuanto al precio.
- Ofrece 1 año de garantía.
- Si hay algún inconveniente con el producto, se hará la devolución del dinero en 14 días.
- Monbaby mejora la calidad de sueño de los padres de familia.
- Ayuda a que los padres puedan estar más pendientes de sus hijos sin necesidad de estar a su lado al dormir.
- La aplicación es fácil de entender y utilizar.
- Al ser un monitor inalámbrico permite vigilar varias situaciones a la vez.

Ilustración 1.5 Aplicación Monbaby






Fuente: Monbaby, 2017

Ficha técnica

Tabla 1.1 Ficha Técnica



FICHA TÉCNICA	
 	
DESCRIPCION FISICA	MonBaby es un monitor para bebés que puede usarse en cualquier prenda de vestir y puede adquirirse en varios colores: blanco, azul y rosado. MonBaby consta de dos partes, la cáscara y el botón. La cáscara es la que pasa por debajo de la ropa y el botón por la parte superior se encajan para quedar sujeto a la prenda. MonBaby no es resistente al agua, aunque si resiste salpicaduras, puede lavarse cuidadosamente más no puede caer directamente al fregadero o lavadora.
CARACTERISTICAS TÉCNICAS	MonBaby se encarga de monitorear la posición y signos vitales como la respiración y los latidos mientras el bebé duerme. La información se transmite a través de alertas importantes a una aplicación previamente instalada en el celular. Este novedoso aparato brinda tranquilidad a los padres y adultos responsables del cuidado de los niños. Para el funcionamiento del MonBaby se requiere de una batería de litio y es hecho en material plástico.
DURACION	Al utilizar una batería de litio MonBaby tiene una duración aproximada de 500 horas si es usado constantemente. Si manejan el dispositivo de acuerdo a las necesidades, es decir prendiéndolo y apagándolo tiene una duración que varía entre los 2 a 3 meses. Si el uso de MonBaby se hace de manera poco frecuente tiene una durabilidad de más de un año aproximadamente

APLICACIÓN INTELIGENTE DE MONBABY	<p>La aplicación funciona en conjunto con el botón inteligente MonBaby como mecanismo de alerta acerca de síntomas vitales del bebé como respiración, sueño, movimientos y más. La aplicación está disponible para dispositivos Android y Apple donde se puede descargar de manera gratuita brindando a los padres y adultos un control constante del bienestar de los más pequeños.</p>
BENEFICIOS	<p>Brinda información detallada garantizando detalles del bienestar del bebé</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es una alternativa confiable para los padres que deben ausentarse de sus hijos por motivos de trabajo • Al ser un dispositivo manual puede funcionar sobre cualquier tipo de prenda • Es un monitor portable de buen tamaño, que no causa molestias al bebé
EMPAQUE 	<p>MonBaby se distribuye en un empaque de cartón con un diseño agradable y de buen tamaño. Donde se plasma la información más importante del dispositivo, sus instrucciones, funciones y demás indicaciones esenciales.</p>
MEDIDAS Y ASPECTOS GENERALES	<p>MonBaby es un monitor con ciertos aspectos tales como:</p>
✓ ESPECIFICACIONES CLAVE	
<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación Audio 	<hr/> <p>1 vía</p> <hr/>
<ul style="list-style-type: none"> • Sistema Expandible 	<hr/> <p>No</p> <hr/>
<ul style="list-style-type: none"> • Alcance Máximo de Operación 	<hr/> <p>60 pies</p> <hr/>
<ul style="list-style-type: none"> • Funcionalidad Pan-Tilt-Zoom 	<hr/> <p>No</p> <hr/>
<ul style="list-style-type: none"> • Visualización de temperatura 	<hr/> <p>No</p> <hr/>
<ul style="list-style-type: none"> • Centro de Internet de las cosas (IoT) 	<hr/> <p>El punto central por el cual los dispositivos</p>

se conectan o controlan entre sí, y comparten datos. No todos los dispositivos requieren un concentrador para controlar y compartir datos.
No incluido
<ul style="list-style-type: none"> • Internet de las cosas (IoT) Plataforma (apoyado) Servicios en nube compatibles que permiten la conexión, el control y el intercambio de datos de un dispositivo a dispositivo MonDevices
<p style="text-align: center;">✓ GARANTÍA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Partes 1 año limitado
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo 1 año limitado
<p style="text-align: center;">✓ MONITOR</p>
Visualización del reloj No
<p style="text-align: center;">✓ CARACTERÍSTICAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de monitor Monitores de movimiento
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de grabación de video No
<ul style="list-style-type: none"> • Indicador de fuera de rango Sí
<ul style="list-style-type: none"> • Control del volumen No
<ul style="list-style-type: none"> • Reproductor de música No
<ul style="list-style-type: none"> • Receptor portátil No
<ul style="list-style-type: none"> • Direccionales) Sí
<ul style="list-style-type: none"> • Banda de frecuencia Las frecuencias de VHF son las mejores para el uso al aire libre exclusivo, pues estas frecuencias abrazarán la tierra y viajarán más lejos en áreas abiertas. Frecuencias UHF, el más común de los dos, tienden a penetrar las obstrucciones y funcionará bien tanto dentro como fuera. 2,4 GHz
<p style="text-align: center;">✓ COMPATIBILIDAD</p>

• App-Controlled	No
• Compatibilidad del sistema operativo	Android, Apple iOS
	✓ PODER
• Detección automática	Movimiento
• Baterías incluidas	Sí
• Tamaño de la batería del monitor	Celda
• Número de baterías requeridas - Monitor	1
• Tamaño de la batería del receptor	No aplica
	✓ DIMENSION
• Altura del monitor	0,35 pulgadas
• Ancho del monitor	1.456 pulgadas
• Longitud del monitor	1,496 pulgadas
	✓ CERTIFICACIONES Y LISTADO
• Certificado JPMA	No
	✓ GENERAL
• Categoría de color	Blanco, Rosado, Azul
• Color	Blanco, Rosado, Azul
• Número de modelo	Ejemplo: MONBWHITE1
	✓ OTROS
• nombre del producto	

	MonBaby Smart Baby Monitor
• Marca	MonDevices
• Conversación de dos vías	No
• UPC	863927000108

Fuente: Elaboración propia.

1.6 Ventajas competitivas

Ventajas competitivas

¿Qué distingue al producto Monbaby de los productos que ofrece la competencia?

- Al ser un dispositivo manual funciona como un sistema de monitoreo universal ya que permite su uso en todo tipo de prendas (pijamas, mamelucos).
- Al ser un producto nuevo e innovador, se diferencia de los demás dispositivos de control para niños debido a que aporta más información que solo avisar cuando el bebé llora o se despierta.
- Monbaby es diferente a otros monitores porque detecta las caídas y posiciones del bebe, algo que no es tan común actualmente.

- El dispositivo se puede movilizar de un lado a otro, ya que es fácil de manejar, pequeño y cómodo.

Ilustración 1.6 Broche Monbaby



Fuente: Monbaby, 2017

Distinciones competitivas

La estrategia de Healthy Baby para captar la atención de los compradores se basa en contar con una ubicación estratégica con fácil acceso al público objetivo cerca de hospitales con atención a recién nacidos. También se requiere de una buena promoción en el mercado a través de publicidad por medio de anuncios en medios de comunicación, a través de las redes sociales y con la entrega de volantes en puntos estratégicos, y así atraer clientes dando a conocer lo novedoso y útil que es Monbaby. La empresa entrega a domicilio y hace envíos a diferentes ciudades del país, además se otorga una garantía de 1 año por daños de fábrica.

Ilustración 1.7 Monbaby



Fuente: Monbaby

Capítulo 2 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1 Entorno

Entorno Tecnológico

En el contexto actual Colombia cuenta con las tecnologías de la información, las cuales han sido parte del progreso y del proceso de la globalización, gracias a estas las empresas han tenido un mejor desarrollo y la oportunidad de acceder a mercados que antes no era posible. Estas tecnologías han dado posibilidad a que las empresas puedan administrar preferiblemente la información, disminuyendo el riesgo de cometer errores y la toma de malas decisiones, adquiriendo así varias herramientas para mejorar tanto el proceso administrativo como operativo.

Como ejemplo, se tiene las empresas manufactureras las cuales han agilizado los procesos reemplazando la mano de obra por todo tipo de avance tecnológico y de esta forma facilitan los procedimientos a través de la eficacia en el intercambio de la comunicación. En Colombia se han implementado importantes tecnologías de la información como lo es la ERP (Planificación de Recursos Empresariales) la cual ha servido como una herramienta de satisfacción en cuanto a las exigencias del cliente, y en el desarrollo contable y financiero de las compañías.

Según un informe del centro para el desarrollo internacional de la universidad de Harvard, en Colombia se ha observado un incremento en el mercado de hardware y software, donde han participado mayor parte de empresas locales aportando mejoras en cuanto a la demanda y exportación de sus productos. Por otra parte se encuentra el EDI (Electronic Data Interchange) usado debidamente en el comercio electrónico, a través de él se ha hecho posible el envío de órdenes de compra o facturas entre empresas y la comunicación e interacción entre fabricantes y proveedores. Con el paso del tiempo, la utilización del

comercioelectronico en el pais ha aumentado incalculablemente gracias a sus características favorables en la cultura y el idioma.

Por otra parte las tecnologías de la información y las comunicaciones(TIC) han generado tasas de crecimiento constantes en los últimos años en el país colombiano, lo que ha provocado que este mercado sea cada vez mas reconocido como uno de los líderes en la innovación y servicios en línea. Las TIC han aumentado la competitividad, productividad y la inversión extranjera gracias a la disminución de los costos de transacción y el perfeccionamiento de los procesos, esta a su vez permite a las empresas ofrecer sus productos y servicios en mercados cada vez mas extensos.

El gobierno colombiano ha decidido invertir en una buena infraestructura, para llevar a cabo una amplia oferta en los servicios, elaboracion de nuevas e innovadoras aplicaciones y en contenidos informaticos con el fin de cubrir de una u otra manera las necesidades de cada individuo. En Colombia el desarrollo de la innovacion y la tecnologia ha logrado minimizar la mayoria de los costos y operaciones de las compañías.

Hoy en dia la tecnologia juega un rol muy importante en la vida del ser humano, debido ha que se han creado diferentes dispositivos con el fin de dectetar enfermedades, perfeccionar accesorios para el cuidado del hogar y adquirir herramientas instructivas para la salud y bienestar de los individuos. Algunos padres no cuentan con el entendimiento para manejar las tecnologias de la informacion y comunicaci3n, debido a la poca educacion y desconocimiento de lo que hoy en dia esta marcando tendencia.

Por otra parte, hay que tener presente que los consumidores actuales no solo utilizan las redes para interactuar con amigos si no practicamente para todo, debido ha que estas han ampliado su oferta y sus posibilidades de experimentar cosas nuevas. Las redes sociales se han convertido en fuentes de informacion para temas personales, informativos, etc donde los ciudadanos indagan y buscan soluciones a posibles complejos y apoyo para algunas enfermedades.

Ahora, los padres se dedican a echar un vistazo a las redes mas populares como instagram y facebook, para estar al dia con noticias, informacion sobre sus gustos personales, entretenimiento sobre farandula y algunos tics que pueden implementar en el hogar. A diferencia de los hombres, las mujeres(madres)usan el internet para recibir apoyo o concejos sobre maternidad, revisar paginas de accesorios y productos para el cuidado del cuerpo.

“ La empresa Asomóvi encargada de reunir todas las compañías de celular en el pais, dio aviso de que tenia 25.785.262 usuarios utilizando el internet movil”(ministerio TIC, 2017), esto demuestra que mas de la mitad de la poblaciòn colombiana esta usando smartphones inteligentes, esto a su vez a incrementado la tecnologia movil exponencialmente en Colombia. La mayor parte de los colombianos tienen la capacidad de descargar e interactuar con diferentes aplicaciones inteligentes, como las de uso personal, entretenimiento y cuidado de la salud.

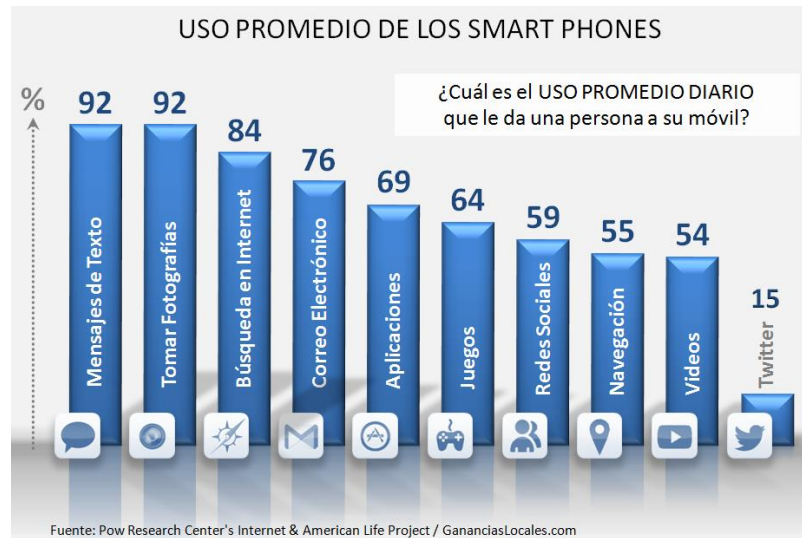
Según lo anterior, se puede concluir que Heathy Baby al desear importar un dispositivo inalambrico para bebes, tendria una acogida apropiada en este mercado debido ha que Colombia cuenta con una tecnologia de alta gama, procesos y proyectos innovadores y sobretodo una sociedad dispuesta al cambio.

Ilustración 2.1 Redes Sociales



Fuente: Google Imágenes, 2017

Gráfica 2.1 uso promedio de Smartphones



Fuente: Pow Research Center's Internet y American Life Project, 2017

Como se puede observar en la imagen, la mayor parte de los individuos utilizan el celular para interactuar con aplicaciones, lo que favorece a Healthy Baby ya que al ver que se da un uso promedio de estas, el producto será bien recibido y de útil funcionalidad para los colombianos.

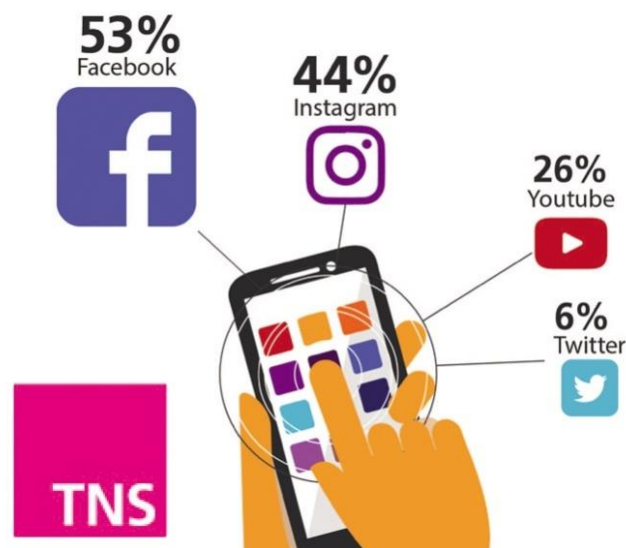
Entorno Sociocultural

En Colombia, la mayor parte de la población ha venido presentando cierto tipo de costumbres y hábitos en su forma de consumir. Al hablar de una marca o servicio, los colombianos hacen más énfasis en los productos, ya que se fijan plenamente en su calidad e identidad. La calidad es uno de los factores más importantes a la hora de adquirir algún producto, esto se evidencia en algunas familias donde no se posee gran cantidad de recursos, pero sin embargo optan por pagar un mayor precio, ya que para ellos es de vital interés garantizar el buen manejo tanto de los alimentos como del vestuario.

En cuanto al precio, las personas son cada vez más exigentes debido a que algunos prefieren pagar más por calidad y exclusividad, antes que cualquier cosa. Con relación a los productos importados, la mayoría de los colombianos son consumidores pretensiosos, siempre buscan lo mejor y la manera de obtener artículos más finos y llamativos, asimismo la publicidad ha desempeñado un papel fundamental en este tipo de segmentos ya que por medio de las emociones se ve reflejado el aumento de las compras. El consumidor colombiano es cada vez más activo e inteligente y continuamente busca la manera de adaptarse al cambio.

Actualmente las personas compran sus productos o adquieren los servicios vía internet, este medio ha sido uno de los más apetecidos por los colombianos ya que es de fácil acceso y mucho más rápido. Redes sociales como Instagram, Facebook, etc. han logrado ser el boom que ha cautivado a miles de usuarios, cada uno de estos es seguidor de todo tipo de páginas y esto ha generado un aumento en la compra de artículos gracias a la publicidad o referencias de otras personas.

Ilustración 2.2 Uso de Redes Sociales



Fuente: Google Imágenes, 2017

En la imagen anterior, se da a conocer el alto porcentaje e influencia que tienen las aplicaciones de Facebook e Instagram, este es el mejor medio para dar a conocer todo tipo de producto y publicidad sobre artículos originados en otros países.

Por otra parte, la tasa de mortalidad infantil ha demostrado cierto incremento en el territorio nacional, esta información ha servido para llevar a cabo planes y proyectos, orientados al desarrollo social y cultural. También ha hecho posible la comparación entre países.

Actualmente el DANE lleva una secuencia año tras año sobre el bienestar de las madres, hijos y de la sociedad en general.

Cuadro 1. Nacimientos por año según sexo

Total nacional

2015 - 2016p

Sexo	2015		2016p	
	Total	Proporción (%)	Total	Proporción (%)
Total	660.999	100,0	644.305	100,0
Hombres	339.665	51,4	331.176	51,4
Mujeres	321.320	48,6	313.048	48,6
Indeterminado ³	14	0,0	81	0,0

Fuente: DANE - EEVV

p: Cifras preliminares

Gráfica 2.2 Nacimientos por año según sexo

Fuente: DANE, 2016

Entre el año 2015 y 2016, se registró un mayor número de nacimientos de hombres con 339.665(51,4%) y 331.176(51,4%), esto da a conocer que la mayoría de mujeres está dando a luz un total de 644.305 bebés, donde prima más el género masculino que femenino.

Cuadro 15. Defunciones fetales por año, según grupos de causas de defunción (lista de causas agrupadas 6/67 CIE-10 de OPS). Total nacional.

2015 - 2016p

Código Grupo	Grupos de causas	2015		2016p	
		Total	Proporción (%)	Total	Proporción (%)
	Total nacional	48.734	100,0	47.965	100,0
402	Feto y recién nacido afectados por complicac. obstétricas y traumas en el nacimiento	39.373	80,8	39.363	82,1
407	Otras afectaciones originadas en el período perinatal	5.521	11,3	4.708	9,8
401	Feto y recién nacido afectados por ciertas afecciones maternas	1.344	2,8	1.274	2,7
615	Malformaciones congénitas, deformidades y anomalías cromosómicas	1.309	2,7	1.484	3,1
404	Trastornos respiratorios específicos del período perinatal	830	1,7	828	1,7
403	Retardo del crecimiento fetal, desnutrición fetal, bajo peso al nacer y gestación corta	318	0,7	284	0,6
406	Enfermedad hemolítica del feto y del recién nacido y Kernicterus	21	0,0	20	0,0
107	Infecciones con modo de transmisión predominantemente sexual	14	0,0	4	0,0
214	Carcinoma in-situ, tumores benignos y de comportamiento incierto o desconocido	4	0,0	0	0,0

Fuente: DANE - EEVV

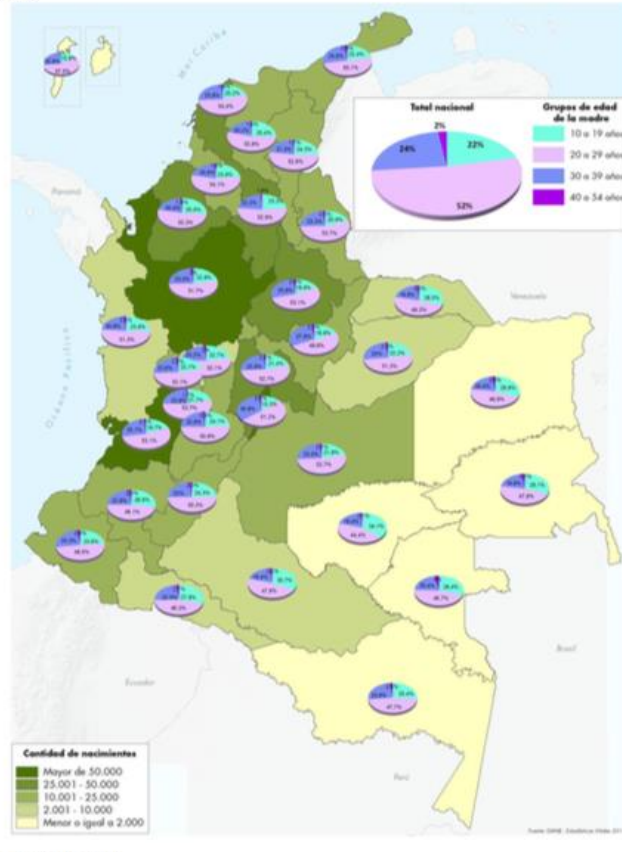
p: Cifras preliminares

Gráfica 2.3 Defunciones fetales por año

Fuente: DANE, 2016

En Colombia se ha registrado gran variedad de defunciones por culpa de enfermedades incurables, aquí se da a conocer los principales trastornos que están sufriendo los más pequeños.

Total nacional
2015



Fuente: DANE - EEV

Gráfica 2.4 Nacimientos por grupos de edad de la madre según departamento de residencia de la madre

Fuente: DANE, 2015

Se registra que la gran parte de nacimientos en el país colombiano se da entre jóvenes de 20 a 29 años, seguido por mujeres de 30 a 39 años, esto indica que hoy en día las mujeres están tomando el rol de ser madres a muy temprana edad, lo cual demuestra que todavía no tienen el conocimiento adecuado de cómo cuidar, educar y proteger a los niños de las enfermedades que se presentan actualmente.

Grado de formación

Depende mucho del nivel educativo que haya adquirido cada ciudadano, debido a que, si no hay una buena formación estudiantil, estas personas no tienen la capacidad y el conocimiento adecuado para acceder a internet e indagar sobre lo que actualmente está marcando tendencia en el mercado. Por tal motivo no cuentan con buenas fuentes de información sobre el cuidado de sus hijos.

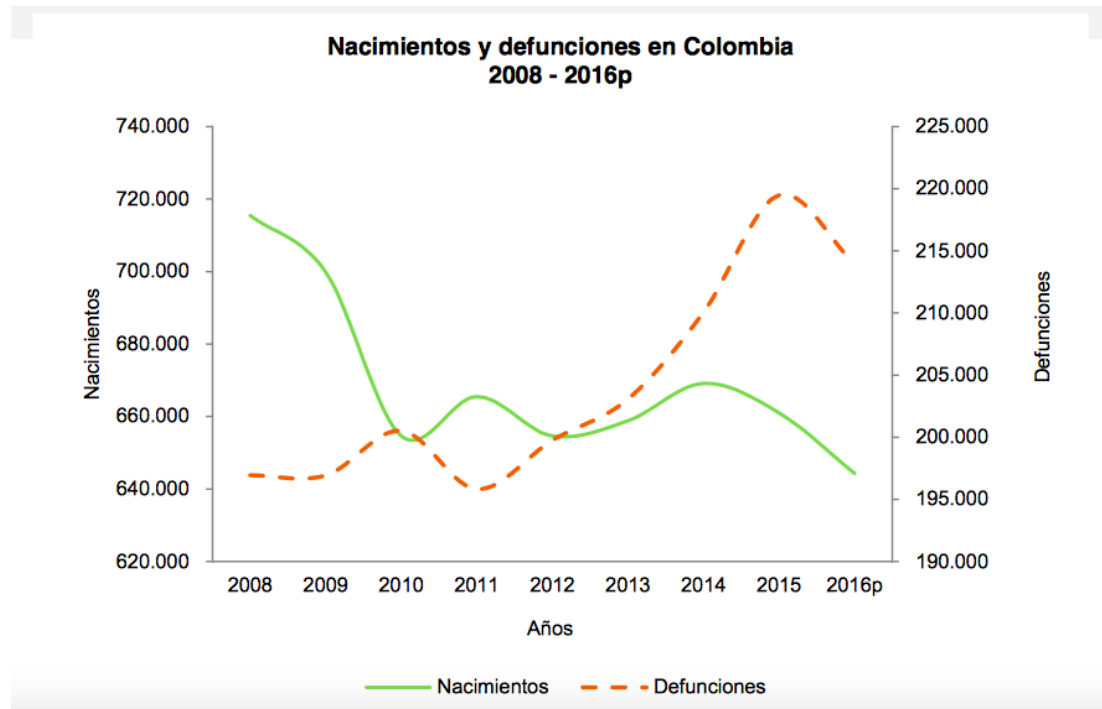
Por otra parte, hay individuos que son conocedores de todo lo que existe en el mercado, lo que ha llevado a que cada vez sean más exigentes a la hora de comprar un producto, ya que se fijan más que todo en la calidad y los beneficios que estos puedan transmitir. La población colombiana está dispuesta a pagar más de lo que cuesta el producto, solo con la seguridad de que van a suplir y satisfacer sus necesidades.

Seguridad ciudadana

Normalmente, las personas buscan un lugar favorable para crear una red de negocio, muchos se fijan en la calidad de vida del barrio, como el negocio puede beneficiar a este sector y que ventajas y oportunidades trae para las microempresas. En cuanto a la compañía Healthy Baby ha decidido incursionar en sectores cerca a hospitales y en barrios como el poblado donde las personas tienen mayor posibilidad de adquirir los productos.

No obstante, “la conflictividad social que se presenta en las ciudades no deja de ser un factor de inestabilidad para los individuos” (El Colombiano, 2017), ya que la mayoría debe pagar una cuota o mejor conocida como vacuna para poder ejercer su actividad laboral.

Cambios en la familia



Gráfica 2.5 Nacimientos y defunciones en Colombia 2008-2016

Fuente: DANE, 2016

Según la gráfica, se registró que en el año 2008 nacían 720.000 niños, mientras que en el año 2016 nacen 640.000, una cifra poco alentadora para la empresa Healthy Baby, debido a que las familias no son tan numerosas como en épocas pasadas. En la actualidad las parejas han cambiado su manera de pensar, ya que prefieren tener una mascota antes que dar a luz a un hijo, por tal motivo cada año es más reducido el porcentaje de nacimientos en el país.

Distribución de la población

Geografía

1. Población

Población por grupo de edad y sexo

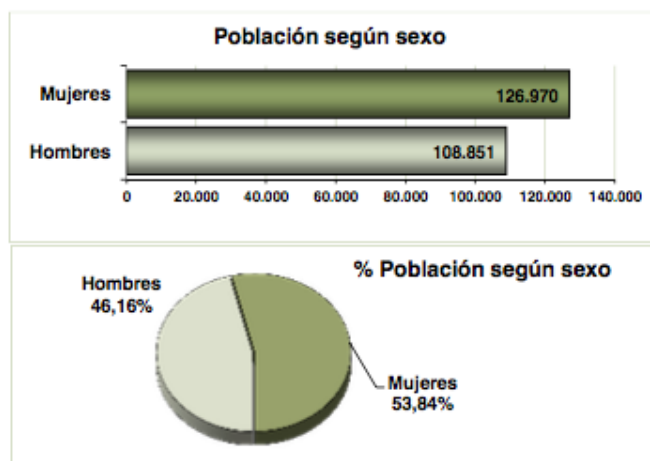
Estrato 4. Medio				
Grupo de Edad	Hombres	Mujeres	TOTAL	%
< 1 Año	964	788	1.752	0,74
De 1 Año	873	773	1.646	0,70
De 2 Años	693	598	1.291	0,55
De 3 Años	761	809	1.570	0,67
De 4 Años	885	613	1.498	0,64
Subtotal 1- 4	3.212	2.793	6.005	2,55
De 5- 9	4.490	4.409	8.899	3,77
De 10-14	5.678	5.812	11.490	4,87
Subtotal 5-14	10.168	10.221	20.389	8,65
De 15-19	6.626	6.473	13.099	5,55
De 20-24	8.759	8.333	17.092	7,25
De 25-29	8.384	9.818	18.202	7,72
De 30-34	7.906	8.217	16.123	6,84
De 35-39	6.084	7.683	13.767	5,84
De 40-44	8.138	8.190	16.328	6,92
Subtotal 15-44	45.897	48.714	94.611	40,12
De 45-49	9.785	12.964	22.749	9,65
De 50-54	10.335	11.800	22.135	9,39
De 55-59	7.608	10.358	17.966	7,62
Subtotal 45-59	27.728	35.122	62.850	26,65
De 60-64	7.445	8.956	16.401	6,95
De 65-69	4.757	5.908	10.665	4,52
De 70-74	3.157	5.225	8.382	3,55
De 75-79	2.382	4.132	6.514	2,76
80 y Más	3.141	5.111	8.252	3,50
Subtotal 60 y Más	20.882	29.332	50.214	21,29
Total Estrato 4. Medio	108.851	126.970	235.821	100,0

Fuente: Encuesta de Calidad de Vida. Medellín 2011 Expandida

Gráfica 2.6 Población por grupo de edad y sexo

Fuente: Encuesta Calidad de Vida, 2011

Como se evidencia en la gráfica, en el país colombiano se presenta un total de 94.611 habitantes entre los 15 y 44 años, la mayor parte pertenece al público femenino. Para Healthy Baby son alentadoras las cifras poblacionales que hay en los menores de un año, debido a que se cuenta con un total de 1.752 en la ciudad de Medellín, por esta razón su producto podrá obtener más demanda y requerimiento por parte de los padres de familia.



Gráfica 2.7 Población según sexo

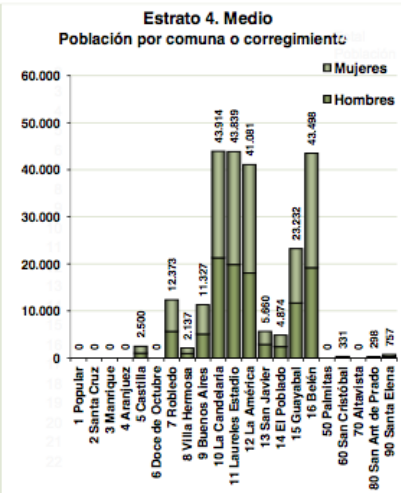
Fuente: Encuesta Calidad de Vida, 2011

Como se muestra en la grafica anterior, la mayor parte de la poblacion colombiana pertenece al publico femenino con una cifra de 126.970(53,84%), seguido por el publico masculino con 108.851(46,16%).

Población Viviendas por comuna o corregimiento

Estrato de la Vivienda	Estrato 4. Medio			
	Hombres	Mujeres	Total Población	%
1 Popular				
2 Santa Cruz				
3 Manrique				
4 Aranjuez				
5 Castilla	1.046	1.454	2.500	1,06
6 Doce de Octubre				
7 Robledo	5.663	6.710	12.373	5,25
8 Villa Hermosa	987	1.150	2.137	0,91
9 Buenos Aires	5.085	6.242	11.327	4,80
10 La Candelaria	21.298	22.616	43.914	18,62
11 Laureles Estadio	19.857	23.982	43.839	18,59
12 La América	18.055	23.026	41.081	17,42
13 San Javier	2.891	2.769	5.660	2,40
14 El Poblado	2.402	2.472	4.874	2,07
15 Guayabal	11.706	11.526	23.232	9,85
16 Belén	19.189	24.309	43.498	18,45
50 Palmitas				
60 San Cristóbal	218	113	331	0,14
70 Altavista				
80 San Ant de Prado	133	165	298	0,13
90 Santa Elena	321	436	757	0,32
Total	108.851	126.970	235.821	100,00

Fuente: Encuesta de Calidad de Vida. Medellín 2011 Expandida



Gráfica 2.8 Población viviendas por comuna o corregimiento

Fuente: Encuesta Calidad de Vida, 2011

Según la gráfica, se da evidencia del total de la población que habita en cada comuna, barrios como Laureles estadio con (43.839), La Candelaria con (43.914), La América con (41.081) y Belén con (43.498), representan a las zonas más pobladas en la ciudad de Medellín. Para Healthy Baby es de suma importancia cierta información, ya que la empresa puede estar al tanto y ser conocedora de donde su producto puede generar mayor riqueza.

Conducta de consumo

Actualmente, gran parte de los colombianos compran algún bien por medio de internet. Las redes sociales han sido de gran influencia para realizar cualquier tipo de publicidad, promociones y atraer cierta cantidad de público, estas a su vez dan valor agregado al producto y lo hacen ver más atractivo para el consumidor. Páginas como Instagram y Facebook han generado impacto en la población, ya que ayudan al cliente a conocer los beneficios, usos, indicaciones y referencias de los artículos, también logran que las personas interactúen con más cercanía y confianza.

También, hay paginas reconocidas en el medio como Amazon, OLX, Mercado libre, Alibaba, etc., donde se encuentran muchos productos diferenciadores e innovadores, estos a su vez son económicos, fácil de adquirir y de buena calidad. Algunas personas prefieren comprar por este medio antes que, en sitios presenciales, debido a que los productos de otros países tienen gran demanda y son de mejor índole.

Entorno Tributario

IVA

La reforma tributaria que comenzó a regir el primero de enero del presente año (2017) trajo consigo adiciones o modificaciones en el Impuesto al Valor Agregado (IVA) que anteriormente, en el año 2016 mantenía una tarifa del 16% para los bienes y servicios sujetos al comercio exterior. Actualmente el IVA mantiene una tarifa del 19% lo cual ha afectado considerablemente el comercio de bienes y servicios. Sin embargo, se mantuvieron por fuera del incremento del IVA productos de la canasta familiar como, por ejemplo, frutas, leche, verduras, medicamentos, pollo, carne, además de servicios educativos, útiles, servicios médicos, insumos agrícolas, entre otros. En cambio, algunos de los productos a los que si se les añade el IVA vigente son: artículos de aseo personal, ropa, bebidas dulces y energizantes, computadores, tabletas y celulares que superen cierto valor, entre otros. En la industria tecnológica éste impuesto se refleja también en todos los servicios y productos tecnológicos que los colombianos adquieran del exterior.

Por tal motivo, la empresa Healthy Baby S.A.S se ve afectada en cuanto a la importación del producto Monbaby ya que es un monitor inteligente para bebés, siendo un producto nuevo e innovador en el mercado colombiano está sujeto a ingresar con el 19% de IVA. Aunque el precio del producto se incremente no será motivo de desventaja, ya que Monbaby entrará al mercado del país como una apuesta diferente y práctica para el cuidado de los bebés.

Impuesto de renta

La declaración de renta es un informe de la situación financiera de la empresa, el cual debe presentarse a la DIAN donde revisan la información, los ingresos, los costos y los gastos de la misma y se establece la utilidad sobre la cual se calcula el impuesto. Deberán presentar la declaración sobre la renta en el formulario todos los diferentes a clasificados como grandes contribuyentes: sociedades, las demás personas jurídicas, y contribuyentes del régimen tributario especial.

El impuesto sobre la renta para personas jurídicas será aplicable a las sociedades nacionales, establecimientos de entidades del exterior o personas jurídicas extranjeras sin residencia con obligación de pagar el impuesto que registra una tarifa del 33%. La tarifa será del 20% para las personas jurídicas que sean usuarios de zona franca.

El impuesto está destinado para el pago de los aportes parafiscales favor de: el SENA con 1.4 puntos, al ICBF 2.2 puntos, 4.4 puntos al Sistema de Seguridad Social en Salud, para financiación de programas de atención al a primera infancia 0.4 puntos, y 0.6 puntos destinados a financiar instituciones públicas de educación superior y para financiar créditos del ICETEX.

Están exoneradas del pago del impuesto para aportes parafiscales las personas jurídicas, sociedades y asimiladas que retribuyan a sus trabajadores de manera individual menos de diez (10) SMMLV. La reforma tributaria del 2016 trajo consigo cambios en cuanto al impuesto de renta que pagan las empresas ya que impacta en su estado financiero.

El ministerio de hacienda pretende incentivar el empleo y la inversión, por tal motivo se tomaron medidas para simplificar la carga por el pago del impuesto. Las empresas deberán pagar un solo impuesto de renta, que va a reemplazar los 4 que se pagan hoy en día (CREE, renta, sobretasa y riqueza) que tienen una vigencia hasta el año 2017. También se espera que para el año 2019 la tarifa del impuesto quede en 32%. De igual manera se conservan

beneficios del CREE como la exoneración de los parafiscales a las empresas cuyos trabajadores devenguen menos de 10 SMMLV.

Entorno Ambiental

MonBaby es un dispositivo tecnológico que no tiene afectaciones al medio ambiente, no causa emisiones ni funciona con energía eléctrica, lo cual permite que el producto no sea causante de algún tipo de contaminación o pueda perjudicar tanto la vida de los habitantes como al entorno. Sin embargo, el funcionamiento de este dispositivo depende de una batería conocida como “pila de botón”, la cual tiene un periodo de duración de 12 a 18 meses, por esto su cambio es poco frecuente.

Para no perjudicar el medio ambiente, la compañía recomienda que los consumidores depositen las pilas usadas en las recopilas que se encuentran ubicadas en los almacenes de cadena y centros comerciales.

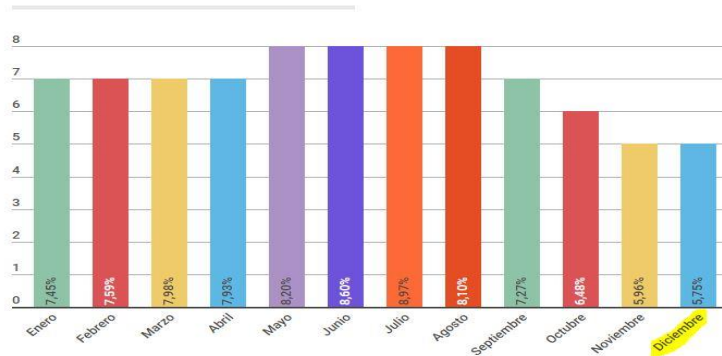
Así mismo, aspectos climáticos y el terreno no juegan en contra de la actividad de la empresa, debido a que Healthy Baby es una empresa dedicada a la venta de insumos para la protección y el cuidado de los bebés, no incurre en alguna actividad de producción que puedan presentar alteraciones en cuanto a estos aspectos. Por otro lado, está el desecho de los productos o manejo de residuos, Monbaby es un producto elaborado a base de plástico que puede ser reciclado y de esta manera contribuir al cuidado del ambiente.

Entorno Económico

En el año 2017, Colombia comenzó con un leve crecimiento económico, sin embargo, también inicio con un nuevo impuesto que golpeo el bolsillo de los colombianos. Por otra

parte, en relación con la inflación, para el 2016 cerraba en 5.75% siendo el sector de la salud uno de los que más gastos presentaron.

Variación anual del IPC enero a diciembre 2016



Gráfica 2.9 variación anual IPC 2016

Fuente: DANE, 2016

La variación presentada en el año 2016 fue de 1,02% un porcentaje menor con respecto a años anteriores; en la gráfica se refleja que la inflación empezó a decaer a partir del mes de agosto, luego de casi llegar al 9% en julio principalmente a causa del paro camionero que se dio en ese momento.

Meta de inflación

3% ± 1 p.p.



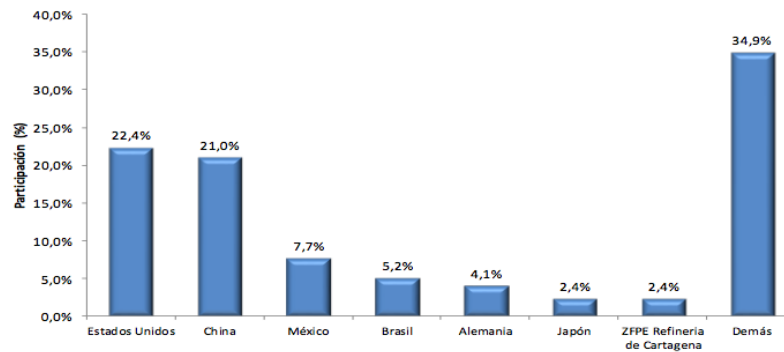
Gráfica 2.10 meta de inflación

Fuente: Banco de la Republica, 2017

Para el 2017 ya la inflación se muestra en un 3.40%, por lo tanto, si lo comparamos con el año 2016 se puede notar que se generó una gran reducción y además se encuentra muy cercana a la meta esperada para este año que es de un 3%.

En el 2016, los comportamientos relacionados con el comercio exterior mostraron una caída en las exportaciones, del mismo modo las importaciones colombianas tampoco fueron las mejores, según algunas estadísticas hubo un 19% menos en relación con el año 2015. Estas caídas probablemente se deben al fortalecimiento del dólar con respecto al peso colombiano, también por una desaceleración de la economía ya que, aunque ha venido creciendo sigue siendo una de las cifras más bajas comparada con otros años.

Gráfico 1. Distribución porcentual del valor CIF de las importaciones, según países de origen
Junio 2017^P



Fuente: DIAN - DANE (IMPO)
^P Cifra preliminar

Gráfica 2.11 distribución porcentual del valor CIF de las importaciones- 2017

Fuente: DANE, 2017

Los principales países proveedores de las importaciones del país en los dos últimos años fueron China, México y Estados Unidos con el porcentaje más alto. En este año 2017 específicamente en el mes de junio, las importaciones originarias de Estados Unidos fueron de un 22,4% del total de las importaciones; seguido de las compras externas hechas a China, México, Brasil, Alemania y Japón.

La actual desaceleración económica ha traído consigo diversas desventajas para el país y se ha hecho más evidente en la industria, ya que se ha venido deteriorando los indicadores de pedidos, la utilización de la capacidad instalada y además el clima para los negocios no

es del todo alentador; sin embargo, algunos empresarios creen que es la oportunidad perfecta para dinamizar la economía del país y generar mayores condiciones que activen la demanda, todo esto aprovechando la reducción de las tasas de interés.

Hay que tener en cuenta que además de la poca demanda, otros obstáculos que se presentan para el desarrollo de las actividades son la alta competencia, el tipo de cambio, los altos costos y la evidente incertidumbre tributaria.

Entorno político

El sistema político actual en Colombia es definido como un sistema democrático con un gobierno presidencial, es decir, que los habitantes son quienes eligen a los representantes en el gobierno, hoy en día gran parte de los países adoptan la democracia como la mejor forma de gobierno debido a sus diversas ventajas o beneficios que garantizan el bienestar de la población.

Recientemente, algunos hechos como el NO del plebiscito por la paz, la reforma tributaria, el mal manejo económico, la corrupción, la elección de Donald Trump, la crisis humanitaria de Venezuela, entre otros escándalos, no le impidieron a Colombia lograr esa “paz” por la que ha venido luchando tanto tiempo, debido a esto es un país que ante los ojos del resto del mundo puede cambiar ese panorama de conflicto por el que venía atravesando.

Esta situación actual puede perjudicar el adecuado desarrollo del país, ya que al haber tanto conflicto, las personas tienden a aislarse y dejar de invertir en dicho país, sin embargo, a diferencia de la situación que viven algunos otros lugares del mundo como lo son Europa, Venezuela, Colombia se logra mostrar como un país políticamente estable y con altas oportunidades de desarrollo.

Si se habla de manera positiva, a pesar de las contradicciones de una sociedad un poco convulsionada, en Colombia las oportunidades para generar nuevas empresas son viables

ya sea tanto en actividades habituales como en otros sectores pertenecientes a la nueva era de la economía como la biotecnología, la informática, telecomunicaciones, microelectrónica y el medio ambiente. Al tener bajas las tasas de interés, da oportunidad a la creación de empresas debido a que sus riesgos en diversos ámbitos económicos serán menores.

Matriz DOFA.

Fortalezas

- Healthy Baby cuenta con un producto único e innovador, que hace posible el reconocimiento y preferencia por parte de los padres de familia.
- Empresa eficiente, brinda seguridad, cuidado y ayuda para los más pequeños.
- Su producto (Monbaby Buttons) es distinto a otros dispositivos, lo que ha generado más consumidores y rentabilidad.
- Brinda confianza, al tener un artículo de alta calidad.
- La empresa tiene su propia página web para que los consumidores puedan tener acceso a cualquier información sobre Monbaby.
- Cuenta con un personal capacitado y de excelente rendimiento.
- Poseen tecnología de alta gama.
- Está orientada el servicio y fidelización del cliente.
- Su punto de venta está situado cerca a hospitales para facilitar la adquisición del producto.
- Es reconocida a través de las redes sociales e internet.
- En Colombia son cada vez más exigentes y requieren de productos exclusivos y diferenciadores como los que ofrece Healthy Baby.
- La mayor parte de la población colombiana interactúa con aplicaciones, esto permitirá a Healthy Baby lograr una mejor aceptación del producto a futuro.

Debilidades

- Solo se cuenta con un único lugar o punto de venta, por lo cual aún no es conocida en todo el país colombiano.
- Debido a que ofrece un artículo poco utilizado dentro del país, puede llegar a ser difícil lograr un posicionamiento.
- La empresa ofrece un producto que no es de fácil adquisición para todas las personas.
- Es una empresa considerada como micro, lo cual el querer expedirse se puede reflejar a mediano o largo plazo.

Oportunidades

- Incrementar la distribución de este producto a nivel nacional.
- Generar mayor publicidad y reconocimiento a través del uso de las diferentes redes sociales.
- Crear lazos de confianza y garantía con los clientes que adquieran el producto.
- Abrir nuevas sedes o puntos de venta en diferentes lugares, tanto en la ciudad de Medellín como en el resto del país.
- Crear una buena relación con su proveedor en el exterior (mondevices) para lograr ser en Colombia una de las principales empresas en distribuir un producto de esta índole.

Amenazas

- Es una pequeña empresa desconocida en el mercado nacional, por lo que la publicidad tanto de la empresa como del producto requieren de mayor inversión.

- El IVA que actualmente se rige en el país representa un gran impacto en el estado financiero para el impulso de una pequeña empresa que importa del exterior.
- La población en el país, específicamente en la ciudad sede de la empresa predominan los estratos medios y bajo, por lo que el producto va dirigido más que todo a la población media-alta, lo que significa que el mercado es segmentado y aún más limitado.
- En la actualidad se vive una tendencia de micro familias, es decir que las familias ahora se componen de pocos integrantes, o hasta de pareja y mascotas solamente, por lo que el tamaño del mercado para el producto es un factor de riesgo y amenaza con el éxito de la empresa.
- El monitor para bebés Monbaby puede ser sustituido por aplicaciones para celulares que tienen el mismo objetivo de velar por el bienestar del bebé, ya que éstas son de fácil acceso para cualquier usuario.

Análisis sectorial

Sector terciario

El sector terciario o sector de servicios es al cual pertenecen las actividades que no se ven involucradas en la elaboración de productos o materias primas, sino que las actividades se desempeñan en la prestación de servicios como sanidad, comercio, transporte, servicios al consumidor, entre otros. Se caracteriza por ser un sector cercano al consumidor que busca satisfacer las necesidades de las personas. Es un sector que ha impulsado el empleo ya que se contemplan gran cantidad de actividades económicas.

Estructura del sector

La empresa Healthy Baby pertenece al sector terciario ya que la empresa se dedica a la comercialización de productos provenientes del exterior para la venta en el mercado

nacional influyendo tanto en la balanza comercial como en la balanza de pagos del país. El comercio internacional tiene la característica de mover una gran cantidad de mercancía, crear relaciones alrededor del mundo, expandir los productos nacionales a mercados del exterior, diversificar el mercado etc. por lo que el sector terciario es de gran impulso para la economía.

La empresa se encuentra enmarcada en el subsector de la tecnología que apoya a la salud, ya que Healthy Baby ofrece al mercado un monitor inteligente capaz de dar información acerca del estado físico del bebé. Por lo que se brinda un buen producto, llamativo e innovador al mercado que fomenta el desarrollo tecnológico y que a la vez promueve el crecimiento de la economía

Tipos de jugadores en el sector

El sector se compone de ciertos participantes y son: los clientes, los competidores y los proveedores.

- Los clientes son las personas naturales o jurídicas que utilizan los servicios o productos de un profesional o compañía para satisfacer sus necesidades.

Entre los clientes potenciales para Healthy Baby se encuentran los padres de familia primerizos, los centros de atención infantil y demás personas que se encuentran responsables del cuidado del bebé. Estos clientes son de gran importancia ya que su participación impulsa el desempeño de la empresa en el mercado, ayudan también dando a conocer a más personas y en más lugares del país el producto por la satisfacción que les da Monbaby a dichos clientes.

- Los competidores representan a las demás empresas que prestan u ofrecen el mismo servicio o producto que la empresa, o a otros que suplan las mismas necesidades.

Se consideran competencia para Healthy Baby las marcas y empresas que de igual manera ofrecen dispositivos que monitorean y emiten información del bebé, ya que en la actualidad

son cada vez más las empresas que se dedican a producir y comercializar este tipo de productos que son de gran utilidad debido a que son prácticos y ofrecen una alternativa diferente e innovadora de saber cómo se encuentran los pequeños a la hora de dormir, de descanso o control médico. Los competidores representan un papel importante ya que pertenecen al mismo mercado e incluso se dirigen a los mismos clientes que son objetivo para la empresa, pero la competencia fortalece los aspectos generales para las compañías ya que ésta ayuda a identificar posibles fallas y mejoras dentro de la empresa.

- Los proveedores son las empresas o personas naturales que participa en la cadena de abastecimiento de una empresa con bienes o servicios.

El número de proveedores de Healthy Baby es reducido, ya que al ser un producto terminado requiere de un solo proveedor, MonBaby es con quien se pactan las condiciones del negocio en cuanto a la compra del monitor para bebés. El proveedor juega un papel fundamental para la empresa ya que sin este no sería posible llevar a cabo un negocio e incursionar en el mercado, es importante que el proveedor maneje tiempo de entrega y se pacte un precio de acuerdo con los requerimientos de ambas partes. Mantener una buena relación con el proveedor es una ventaja ya que la oferta y entrega del producto a los clientes puede ser inmediata dando a la empresa un toque diferenciador.

Rentabilidad del sector

En la actualidad, el sector más rentable y atractivo para invertir es el tecnológico, este equivale al 17,2% que corresponde al sector de software y hardware. Páginas como Instagram, Facebook, Netflix, Samsung, Apple, Amazon, Google, Microsoft, etc. son varias de las marcas más reconocidas y que requieren de mayor número de inversiones en el país. Una ventaja para invertir es mediante la casa de bolsa la cual facilita la compra directa de cualquier acción en los sectores mejor pagados como el de servicios, tecnológico y de consumo. Las empresas que se relacionan o se involucran en esta industria vienen registrando una mejor y positiva evolución en bolsa, esta industria tecnológica se encuentra

en un avance constante, de transformación y en la aparición de nuevos dispositivos para hacer el negocio mucho más rentable mediante ingresos proveniente de los consumidores u accionistas.

En relación con las Tecnologías de la información y comunicación, estas han generado que el país colombiano aumente las tasas constantemente durante los últimos años, lo que ha hecho del país uno de los líderes en materia de conectividad y servicios en línea. También el incremento de los ingresos, importaciones y oferta de servicios está ocasionando que con los años la industria tecnológica gane mayor participación y rentabilidad en el crecimiento económico tanto de las compañías como del país.

Tamaño del sector

En Colombia, la industria de la tecnología se ha centrado en satisfacer el mercado local y generar mayor crecimiento para este. Dicho sector ha ocasionado mayor evolución en las grandes empresas, pero en especial en las pequeñas y medianas, mediante este se ha mejorado la implementación de estrategias logrando así mayor competencia en el exterior. La industria TIC (Tecnologías de la información y comunicación) ha sobrepasado varios escalones para convertirse actualmente en la actividad económica que ha producido más de 200.000 empleos mediante 763 empresas las cuales han aportado el 59% del PIB nacional en dicho sector.

Con relación a lo anterior, el sector TIC es considerado como la industria que más oferta laboral genera en el país, según algunos estudios realizados se da a conocer que casi el 80% de los graduados profesionalmente consiguen a corto plazo un empleo dentro de más de 1.600 compañías de este tipo de industria. Por otra parte, la industria del software ha causado un crecimiento del 13% anual en el tamaño tanto del sector como de la economía. Un estudio demostró que las TI de Colombia cuentan con más de 5.400 empresas, las cuales han provocado ventas superiores a los 9,6 billones de pesos con relación a años anteriores,

además, dichas ventas han incrementado entre el 2010 y 2016 otorgando así al país colombiano mayor rentabilidad y evolución. También, se estima que para el 2018, las pymes administren de mejor manera su organización operacional, dando lugar a más de 53.042 actividades laborales, donde un 70% de los colombianos se dedicara específicamente al nivel operativo, el 18% al nivel táctico y el 12% al nivel estratégico.

Tendencias de crecimiento

- El sector tecnológico proporciona a las empresas la implementación de buenas estrategias mediante las cuales puedan realizar invenciones que complementen y mejoren sus objetivos empresariales.
- Mediante la tecnología se promueve la continuidad de la innovación y por ende el crecimiento continuo de las compañías.
- Brinda conocimientos técnicos para crear atractivos dispositivos de alto rendimiento.
- Da posibilidad de generar ingresos adicionales, mayor rentabilidad y mejor infraestructura.
- Para las empresas que se desenvuelvan en esta industria, es probable hacer seguimiento de los avances y adaptarlos a nuevas ideas para la innovación y la aplicación de técnicas existentes.
- Los países participantes en la compra y venta de tecnología aumentaron el 3% respectivamente.
- Si se mantienen las tendencias actuales, es probable que muchas más empresas se unan a este sector y puedan incursionar o reforzar sus ideas para seguir innovando.
- El porcentaje de búsquedas de productos por medio de internet a incrementado considerablemente en los últimos años.
- Hoy en día las personas buscan productos de alta gama, lo que conlleva a investigar sobre su calidad, precio, fallas y utilidad mediante comparaciones por internet.

Perspectiva y proyección del sector.

El sector de la tecnología cada vez crece mucho más, para este 2017 y para los años que le siguen se espera que la tecnología este mucho más presente en las operaciones diarias no solo de las empresas sino de la población en general, lo que generará aumentos en la productividad y en el uso más eficiente de los activos. A medida que va avanzando el mundo, la tecnología debe mostrar también, al mismo ritmo, sus innovaciones. Los nuevos dispositivos que vayan entrando al mercado tendrán muchas más funcionalidades, además las ventas minoristas crecerán gracias al uso de la tecnología para ofrecer una óptima experiencia de compra, tanto física como online.

A pesar de factores como la caída del precio del petróleo, el mercado cambiante y las diversas problemáticas por las que pueda estar atravesando el país que han generado que este sector disminuya su crecimiento, no deja de ser una buena oportunidad para incursionar en el sector de la tecnología y la innovación.

Colombia ha mostrado una buena cara frente a este tema y cada vez más personas se involucran de lleno con la tecnología. Aunque el año 2016 no fue el mejor con relación a las ventas, para este sector se podría decir que no es muy alentador el escenario para el 2017. Sin embargo, después de aplicada la nueva reforma tributaria algunos aparatos tecnológicos quedaran exentos del impuesto, pero la capacidad adquisitiva de los colombianos para gastar en este tipo de productos quizás no sea la mejor.

En cuanto a la empresa, de pronto no cause tanto impacto el decrecimiento del sector ya que Healthy Baby es considerada una microempresa que además de ser independiente tiene un público específico que adquirirá el producto, lo cual seguirá generando ganancias para la empresa y le dará la posibilidad de crecer poco a poco.

Cinco Fuerzas de Porter

Barreras de entrada: Hoy en día la tecnología es fundamental para todas las áreas o sectores de la industria, pero para el sector de la salud ha jugado un papel indispensable en los últimos años conforme a cómo avanza. Gracias a esta importancia de la tecnología dentro del sector de la salud se ha venido presentando grandes espacios para la innovación mediante estrategias para difundir y establecer estilos de vida saludables, mejoramiento en los servicios, y eficacia en las diferentes dimensiones relacionadas a dicho sector.

Actualmente, en algunos países como Brasil, Colombia, México, Perú y Chile, las aplicaciones de estas nuevas tecnologías repercuten en un fortalecimiento de la colaboración por parte de actores tanto privados como públicos lo cual puede ser de gran ayuda en la expansión y mejoramiento de la calidad de los servicios de la salud a un costo razonable.

Sin embargo, se pueden presentar algunas barreras de entrada específicas para Healthy Baby como el requerimiento de una alta inversión de capital a pesar de ser una microempresa que quiere sobresalir en este sector, también puede ser un obstáculo el acceso a los proveedores ya que dentro del sector solo dependemos de un solo proveedor en el exterior. Uno de los grandes desafíos es lograr que se incorpore la tecnología de manera masiva no solo como apoyo en el sector de la salud sino también en la sociedad, lo cual puede ser un obstáculo debido a la falta de recursos económicos. Por estas razones la calificación que se le da a esta fuerza es media, ya que se presenten algunos obstáculos, pero no son del todo un impedimento para la compañía.

Poder de negociación de los proveedores: Healthy Baby es una pequeña empresa que va a incursionar en el mercado colombiano con un producto innovador proveniente de Estados Unidos. Es un monitor inteligente; siendo un producto terminado éste viene listo para la venta. Por tal motivo esta fuerza es considerada alta ya que no se requiere establecer relación de compraventa con distintos proveedores, se negociarán los términos del negocio

con MonBaby, marca del producto la cual tiene como medio de comunicación una página web en idioma español e inglés. A través de esta página se encuentra toda la información referente al producto, su uso, características, entre otras. De igual manera puede establecerse comunicación para decretar las condiciones de compraventa, el precio, las cantidades, documentos necesarios, forma de pago, en general todo lo necesario para la entrega oportuna y acordada del producto.

Poder de negociación de los clientes: Esta fuerza es considerada como baja, ya que Healthy Baby a pesar de ser una microempresa, se ha dedicado a cautivar a miles de consumidores por medio de redes sociales, publicidad e internet para así lograr que la marca impacte más al cliente, en especial al público destinado al cuidado de los bebés y padres de familia. El producto de la compañía al ser único e innovador brinda confianza y ayuda con la fidelización por parte del cliente.

Al estar centrada principalmente en este tipo de público, la compañía ha creado diferentes estrategias con el fin de obtener mayor reconocimiento a nivel nacional, de igual manera mediante precios favorables, la empresa ha dado oportunidad de que las personas se acerquen y compren el producto con facilidad. El dispositivo MonBaby ha traído consigo aceptación y gran influencia en Colombia, al ser un producto que busca el bienestar de los bebés, práctico y fácil de usar, esto ha dado paso a que el producto sea necesitado para aquellas personas pertenecientes a estos segmentos de mercado. Sin embargo, al ser un producto con alta demanda, en ocasiones no puede ser tan fácil de conseguir para las personas de bajos recursos.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos: En la actualidad la innovación tecnológica dirigida al sector de la salud ha avanzado considerablemente, ahora no son sólo los monitores o dispositivos para estar pendiente de los bebés los que salieron al mercado para satisfacer las necesidades de los padres y personas que se encargan del cuidado de los pequeños, ya que hoy en día han implementado Apps para teléfonos celulares que realizan distintas funciones como por ejemplo verlos, ponerles música para dormir, hablarle y

escucharlo, no se necesita de monitores sino de otro teléfono celular que funcione como receptor.

Pueden ser considerados como sustitutos ya que brindan una alternativa diferente, pero con igual propósito por tal motivo esta fuerza puede considerarse como un factor de riesgo, debido a que una App es más accesible que un dispositivo, pero de igual manera se necesita de otro teléfono cerca para mantenerse al tanto la información. En el caso de Healthy Baby esta fuerza se considera media, ya que una App puede ser instalada por cualquier usuario que tenga teléfono compatible por ejemplo con iOS y Android. Pero el producto de la empresa, MonBaby también dispone de una App donde se registra mucha más información acerca del estado del bebé siendo una ventaja respecto a las demás opciones.

Rivalidad entre competidores: Esta fuerza es considerada media, debido a que Healthy Baby actualmente está incursionando en el mercado nacional con un producto poco usual y reconocido por los colombianos, por tal motivo no cuenta con competidores o empresas directas dedicadas a la misma labor, ya que el producto es importado de los Estados Unidos y en este país no se cuenta con artículos de dicha magnitud. Sin embargo, tiene una fuerte competencia que son las distintas aplicaciones ya que pueden realizar distintas actividades sin necesidad de adquirir algún dispositivo. No obstante, MonBaby trae mejores e innovadores propuestas para estar más al tanto del cuidado de los niños, cosa que otras aplicaciones no pueden efectuar en su totalidad.

Por otra parte, cada compañía al seguir innovando sus productos atrae más consumidores logrando que estos se fidelicen con su marca y de esta manera crear rivalidad por el hecho de que cada una quiere conseguir más clientes y generar más ingresos a la compañía.

Conclusión.

Se puede concluir, que el mercado en el cual incursionara Healthy Baby es muy atractivo, ya que, aunque presente algunas barreras de entrada estas no son un impedimento fuerte para desarrollar cierta actividad, además no posee competidores directos ya que solo está a nivel local y en caso de expandirse nacionalmente tampoco hay competidores suficientes que se relacionen directamente con el producto que se ofrece.

También al ser una microempresa y tener un proveedor directo (MonBaby o MondeVICES) tal vez no presente problemas que impacten negativamente a la compañía. Con relación a los clientes se concluye que va dirigido a un público específico que posee el poder de adquirir dicho producto sin dejar de lado la posibilidad de llegar a otros clientes con un precio más accesible.

Capítulo 3 ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos de Mercadeo

- Posicionar el monitor para bebés MonBaby en el mercado de la ciudad, a través de estrategias competitivas que logren que, en un período de 12 meses, éste dispositivo pueda ser la principal alternativa de cuidado infantil.
- Implementar promociones mediante redes sociales como Facebook, Instagram, etc., con el fin de que la empresa Healthy Baby pueda lograr dentro de 3 años tener una participación del 50% en el mercado de dispositivos infantiles
- Incrementar la presencia de la empresa mediante la distribución del dispositivo MonBaby por lo menos en las cinco principales ciudades del país al cabo de 5 años

3.2 Perfil del Mercado Potencial de los Bienes y/o Servicios

Healthy Baby tiene a su disposición o cuenta con una selección respectiva de consumidores en el mercado potencial colombiano, este publico especialmente se enfoca en menores a un año donde se cuenta con un total de 29.546 bebes en la ciudad de Medellín, a su vez el producto es adquirido específicamente por padres de familia en general primerizos. La sede principal está ubicada en la ciudad de Medellín, cerca al Hospital General donde mayormente se atienden entre 10.000 y 15.000 partos al año. La compañía espera y desea intervenir en este mercado en barrios estrato 4 donde habita un total de 235.821 ciudadanos, este tipo de público tiene mejor poder adquisitivo para comprar el producto según el precio asignado.



Ilustración 3.1 ciudad de Medellín

Fuente: Google Maps, 2017

POBLACION POR GRUPO DE EDAD MEDELLIN			
GRUPO DE EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Menores a 1 año	15.045	14.501	29.546

Tabla 3.1 población por grupo de edad Medellín

Fuente: Elaboración propia.

ESTRATO 4 MEDIO			
ESTRATO DE LA POBLACION VIVIENDA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
La Candelaria	21.298	22.616	43.914
Laureles Estadio	19.857	23.982	43.839
La América	18.055	23.026	41.081
El Poblado	2.402	2.472	4.874
Belén	19.189	24.309	43.498

Tabla 3.2 estrato 4 medio

Fuente: Elaboración propia.

Específicamente la empresa se va a enfocar en las comunas Laureles Estadio con (43.839), La Candelaria con (43.914), La América con (41.081), Belén con (43.498), Poblado (4.874) habitantes, ya que allí se concentra la mayor parte de padres de familia con posibilidad de comprar el dispositivo y por ende generar ingresos a Healthy Baby.

La motivación por comprar el producto se debe al alto compromiso que MonBaby tiene con el cuidado de los bebés, ya que brinda seguridad, da alertas, etc., donde los padres pueden estar más al pendiente de sus hijos sin necesidad de estar a su lado.

Generalmente el público que puede acceder al producto MonBaby son personas que ganen suficiente dinero, ya que el producto tiene un alto costo debido a las especificaciones que posee, va dirigido especialmente a personas con buena calidad de vida y de favorables recursos.

3.3 Cuantificación del mercado Meta para los Bienes y/o Servicios

Healthy Baby tiene como objetivo incursionar en un mercado que ofrezca oportunidades, donde las personas tengan capacidad de compra y exigencia de acuerdo con lo que desean, esta compañía realiza su producto enfocado en menores de un año, pero buscan como cliente final a los padres de familia (hombres y mujeres) entre los 25 y 30 años, ya que estos al ser más jóvenes y primerizos optarían por cuidar más a sus hijos al no tener mucha experiencia sobre el tema.

La compañía va establecer su mercado meta en barrios estrato 4, donde el nivel socio económico es mucho más favorable que en otros sectores, actualmente la mayoría de personas que habitan estas comunas ganan entre 2 y 3 salarios mínimos, lo que da posibilidad de comprar el producto con más comodidad, también se tiene en cuenta que el nivel de educación en dichos lugares es más avanzado debido a que las personas tienen más

conocimiento y experiencia sobre todo lo que está marcando tendencia en el mercado colombiano.

Dichos consumidores buscan en cada uno de los productos facilidad de uso, excelente calidad y servicio, confiabilidad y que se cumplan con todas las expectativas y necesidades que se tienen frente a ciertos artículos. Hoy en día las personas que pertenecen a estos sectores adquieren los productos en centros comerciales o en almacenes de cadena cerca a sus hogares, al tener buena capacidad monetaria compran con mayor frecuencia los nuevos productos que salen en el mercado.

- Mercado Meta: Healthy Baby va a incursionar en el país colombiano generalmente en la ciudad de Medellín, en barrios estrato 4 donde el total de bebés es de 1.752, seguido por el número de familias de dicho estrato (hombre, mujer y niño), especialmente en sectores como Laureles Estadio, Belén, La América, La Candelaria, entre otros.
- Este tipo de público está dispuesto a pagar por el producto un alto precio que puede estar entre los 300.000 y 400.000 \$ debido a que prefieren pagar altos costos, pero con mejores resultados.
- Los padres de familia exigen flexibilidad de pago, es decir, que puedan abonar mensualmente, por medio de tarjetas de crédito o en otros casos de forma directa, también esperan una garantía pertinente de un año según los daños o fallas que puedan sufrir los productos, buscan excelente servicio y atención por parte de los vendedores en este caso por Healthy Baby.
- Estos a su vez tienen la costumbre o el hábito de comprar todo tipo de productos mediante internet, en redes sociales y en páginas donde se dan a conocer artículos extranjeros como Amazon, AillExpress, Alibaba, etc. y en aplicaciones de alta importancia y visualización como Facebook, Instagram, entre otros.

MOTIVOS DE COMPRA	PORCENTAJE(%)
Forma de Pago	10%
Calidad	20%
Servicio	15%
Precio	20%
Moda	15%
Garantía	10%
Confiabilidad	10%
TOTAL	100%

Ilustración 3.2 Motivos de compra

Fuente: Google imágenes, 2017

3.4 Mercado Competidor

Healthy Baby cuenta con 3 competidores directos, ya que en el mercado actual colombiano no se cuenta con dispositivos directos que realicen la misma función de MonBaby. Los principales productos competidores para la compañía son: Philips Avent, HelloBaby HB24 y Monitor Foscam.

Philips Avent

Es un monitor que facilita la relación directa y segura con el pequeño en todo momento, cuenta con sonido de alta calidad, y permite a los padres de familia visualizar a los pequeños día y noche, es práctico, fácil de usar, tiene un alcance de 150 metros y cuenta con una cámara y una pantalla LCD que permite la activación de voz automáticamente cuando el bebé comience a llorar y visión por infrarrojos que se enciende automáticamente en la oscuridad, ayuda a ubicar mejor al bebe ya que es práctico y puede ser instalado en la pared, beneficia a los padres ya que es recargable y ofrece mayor comodidad en el hogar, también activa canciones de cuna para tranquilizar y hacer dormir a los pequeños.

El precio por el cual se puede adquirir el producto es de 122 dólares estadounidenses, cuenta con varias fortalezas al ser un producto que permite visualizar al pequeño mediante cámaras, también tiene la función de batería de reserva, para que el dispositivo pueda mantenerse conectado en caso de algún corte de energía. El producto utiliza medios de comunicación para darse a conocer, realiza estrategias de promoción y comunicación a través de Amazon, también maneja canales de distribución mediante internet y redes sociales como Instagram, Facebook, etc.

Se puede encontrar toda la información sobre el producto en su página web https://www.philips.com.co/c-p/SCD603_00/avent-monitor-para-bebes-con-video-digital/descripcion



Ilustración 3.3 dispositivo de monitoreo

Fuente: Philips Avent, 2017

HelloBaby HB24

Es un dispositivo que cuenta con tecnología inalámbrica sin interferencias, que permite una buena conexión y facilita a los padres moverse por toda la casa, también posee una pantalla de alta resolución para visualizar de mejor manera a los pequeños, tiene activación infrarroja en las noches para estar pendiente sin necesidad de vigilarlos. Antes de dormir se activan canciones infantiles para mejorar y ayudar con el arrullo del bebé.

El precio por el cual se puede adquirir el producto es de 95 dólares estadounidenses, al igual que el dispositivo anterior cuenta con la fortaleza de poder estar al tanto de los movimientos y del sueño del pequeño, también es fácil de adquirir por su bajo costo. Una dificultad es la poca utilidad que genera ya que no es un dispositivo del todo completo al no traer cuidados en cuanto a la respiración, para proteger más a los bebés.

HelloBaby HB24 emplea canales de distribución mediante internet y realiza sus estrategias de promoción únicamente por Amazon debido a que no cuenta con página web y no se da a conocer por las redes sociales más usadas por los consumidores.

Se puede encontrar toda la información sobre el producto en la página web de Amazon.

https://www.amazon.es>HelloBaby-Inalámbrico-Vigilancia-Temperatura-Nocturnay/dp/B01MDMZGJO/ref=sr_1_2/260-8433970-2988955?s=baby&ie=UTF8&qid=1504710246&sr=1-2



Ilustración 3.4 Dispositivo HelloBaby

Fuente: Amazon, 2017

Monitor Foscam

Es un monitor que permite saber que está haciendo tu bebe al instante, mediante la cámara y a través de la aplicación puedes fijarte quien está jugando con él/ella y percibir si está a punto de caer, también detecta en que momento tu pequeño empieza a llorar y se activa automáticamente canciones de cuna para estabilizarlo, aparte de esto advierte que entorno se encuentra alrededor del bebe.

El precio por el cual se puede adquirir el producto es de 103 dólares estadounidenses, tiene una gran fortaleza la cual se basa en verificar la temperatura a la que está expuesta él bebe, es decir el dispositivo envía alarmas cuando la temperatura es demasiado caliente o fría. Además, da paso a participar e impulsar en el crecimiento del bebe. El Monitor Foscam utiliza el internet y las redes sociales para llegar a los consumidores, también cuentan con su página web y por medio de Amazon permite a los usuarios mayor facilidad de compra.

Se puede encontrar toda la información sobre el producto en su página web <https://www.foscam.com/solution/baby-monitor.html>



Ilustración 3.5 Dispositivo Foscam

Fuente: Foscam, 2017

3.5 Mercado Distribuidor

Healthy Baby al ser una microempresa, su forma de distribución no implica el apoyo de terceros ni repartición a otros almacenes o vendedores, ya que esta misma se encarga de la venta del producto siendo así un canal de distribución directo donde se crea cercanía con el cliente, bajos costos y posibilidad de obtener mayores ganancias.

Además, mediante la distribución directa el producto se posicionará de manera efectiva, considerando que algunas ventas serán a través de la web, esto ayudara a que el producto adquiriera también un alcance global. Para Healthy Baby es útil este tipo de entrega ya que le permite saber cómo impacta el producto en los consumidores y si satisface las necesidades que estos mismos tengan en un laxo de tiempo después de adquirido el producto, ayuda también a crear un lazo con el cliente que fomenta a la fidelización de la empresa y por supuesto del producto ofrecido.

3.5.1 Distribución Directa

Healthy Baby cuenta con una página web y con una tienda localizada en un lugar estratégico de la ciudad de Medellín donde ofrece su producto y toda la información necesaria acerca de este.

Además, no deja de lado la distribución a través de redes sociales como Instagram o Facebook, donde se podrán hacer pedidos, solicitar información del producto y enviar sugerencias para la compañía.

Los costos generados en este canal de distribución se ven reflejados en costos fijos mensuales de \$2.229.000 y costos variables de \$4.655.000.

Fijos mensuales:

- Uno de los costos fijos que tiene Healthy Baby es el arriendo del local comercial, este tiene un costo de \$1.700.000 mensuales ya que se encuentra en una zona bastante comercial y con un estrato medio.
- Otro de los costos fijos son los servicios públicos mensuales que se reflejan en el conjunto de servicios los cuales son luz (\$250.000), agua (\$70.000), internet y telefonía (\$150.000) generando un total a pagar de 470.000 pesos mensuales aproximadamente.
- Healthy Baby también tiene un costo fijo anual, este corresponde al costo de la página web y todo lo que respecta al mantenimiento de esta misma por el valor de \$700.000 que representan para la compañía aproximadamente \$58.000 mensual.

Variables:

- Healthy Baby tiene algunos costos definidos como variables, estos están representados en costos para cubrir domicilios que equivalen aproximadamente a \$800.000 mensuales.
- Otro de los costos variables son los destinados a la publicidad, que son aproximadamente 3.600.000 pesos mensuales y la repartición de volates con un costo de \$255.000 mensuales.

3.6 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación

3.6.1 Comunicación

- **Logo**



Ilustración 3.6 logo MonBaby

Fuente: Internet

El logo de Healthy Baby se representa con la imagen de unos pequeños alegres, reflejando su buen estado y emoción.

- **Slogan**

Pensando en el cuidado de tu bebé

El slogan de la empresa hace referencia a la intención de velar por el cuidado de los bebés, a que se tiene como prioridad el pensar y ofrecer lo mejor en cuanto a productos y atención

para el bienestar de los pequeños. El slogan invita a que los usuarios reconozcan el que hacer de la empresa, se enfoca en que los recursos que se brindan contribuyan a la labor de estar al pendiente de los bebés.

- **Nombre comercial del producto**

El nombre comercial del producto que Healthy Baby ofrece al mercado es MonBaby, marca del producto que ya viene terminado y listo para la venta. Healthy Baby lanza el producto al mercado con el mismo nombre, distintivo, de fácil pronunciación y recordación. Este hace referencia al monitor inteligente que emite información acerca del estado del bebé.

Especificaciones:

En cuanto al empaque MonBaby viene en una caja de buen tamaño, pequeña, con colores suaves y atractivos, donde se especifica el modo de uso además de información necesaria acerca del producto y su utilidad.



Ilustración 3.7 especificaciones MonBaby

Fuente: Monbaby, 2017

El producto cuenta con un logo propio establecido por el fabricante, de colores llamativos, característico y atractivo.



Ilustración 3.8 logo MonBaby

Fuente: Monbaby, 2017

Los costos en los que se incurre para la comunicación no aplican para Healthy Baby, ya que tanto el logo como el slogan son respectivamente sacados de internet y el logo del producto es propio del fabricante.

3.6.2 Actividades de promoción y divulgación

La empresa Healthy Baby pretende divulgar y promocionar la venta de su producto MonBaby en la ciudad de Medellín contando principalmente con una página web (www.healthybaby.com) que contiene toda la información acerca del producto y de la empresa, tanto de su ubicación y comunicación. Para dar a conocer el producto, la empresa emplea el uso de redes sociales como: Facebook (Healthy Baby) donde se va a crear una página de la empresa en la cual se compartirán videos e imágenes acerca del producto además de novedades, también se dará respuesta a las inquietudes y se tomarán en cuenta las sugerencias de los usuarios y se compartirá el link de la página en cuentas personales. De igual manera en Instagram (healthbab-co) se llevará a cabo el mismo proceso con el fin de obtener y llegar a más seguidores compartiendo el mismo material informativo. Esta publicidad en redes sociales no tiene ningún costo.

Además de participar en otras páginas de comercio como Amazon Colombia donde se puede dar a conocer el precio del producto sea en dólares o pesos colombianos; buscando que la promoción de su producto abarque a más cantidad de personas ya que la población vive constantemente comunicada y en busca de información y productos por medio de éstas.

Se quiere de igual manera llevar a cabo actividades que potencialicen la labor de promoción del producto MonBaby, como repartir volantes y folletos tanto en lugares estratégicos en la calle y en hospitales con el objetivo de hacer llegar de manera directa la información acerca del producto y sus beneficios.

También se pretende contratar servicios de promoción por vía de medios de comunicación como la radio a través de la emisora “La Z urbana” 91.9 ya que es reconocida a nivel local y es de preferencia por gran parte de la población, se transmitirán cortas propagandas tanto en la mañana, al medio día y en la noche durante toda la semana intercaladas por un mes, acerca de la información relevante de MonBaby para lograr captar la atención de un público general. Dichas actividades requieren de cierta inversión que a largo plazo traerán beneficios a la empresa.

Tabla 3.3 Actividades de promoción

ACTIVIDAD	MES	COSTOS
Repartir volantes en lugares estratégicos	Meses 1 al 3	30.000/ Día por 1 repartidor + volantes (15.000)
Repartir folletos en hospitales	Meses 1 al 12	30.000/ Día por 3 repartidores + folletos (20.000)
Comercial por la radio	Mes 1 y 4	255.000/ 30 segundos

Fuente: Elaboración propia.

3.7 Plan de Ventas

3.7.1 Proyección del método

Para el cálculo de la proyección de demanda se utilizó el método de expectativa de los usuarios, el cual elabora encuestas para que la empresa Healthy Baby pueda identificar la percepción y que tan familiarizados se encuentran las personas en cuanto a los dispositivos

de monitoreo para bebés. En este método se define a las expectativas como lo que el cliente espera de un bien o servicio buscando satisfacer sus necesidades con ciertos puntos de referencia.

Las expectativas están ligadas a la experiencia de los usuarios, a la comparación con la competencia y a opiniones de otras personas. Entre los factores que influyen en las expectativas de los usuarios están: el servicio esperado y deseado, y la zona de tolerancia. El servicio esperado consiste en la visión que el usuario tiene antes de recibir o percibir el producto, este representa el nivel mínimo para que la persona esté satisfecha. La zona de tolerancia hace referencia a la variación en el servicio y el deseado es lo que el cliente espera realmente de un buen nivel de rendimiento.

3.7.2 Formula con que se calculó la muestra.

N: Total de la población (29.546)

Za: Confianza del 90%

P: Proporción esperada (50%)

Q: (0.5 = 50%)

D: Error (0,6)

$$n = \frac{(29.546) * (0.9) ^2 (0.5) * (0.5)}{(0.6) ^2 * (29.546 - 1) + (0.9) ^2 * (0.5) * (0.5)}$$

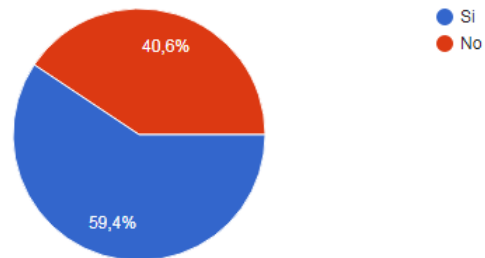
3.7.3 Preguntas, gráficos porcentajes y resultados

Las siguientes preguntas y respuestas con sus respectivos resultados corresponden a la encuesta realizada de manera individual a un total de 187 personas, número obtenido del resultado final del cálculo de la muestra.

1.

Conoce usted algún dispositivo y/o monitor para el cuidado de los bebés?

187 respuestas



Gráfica 3.1 Pregunta de encuesta No 1

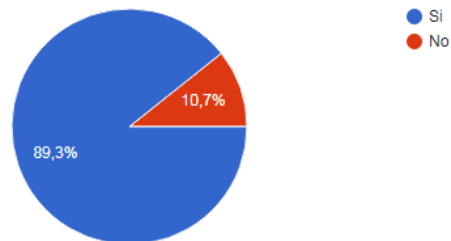
Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta se realizó con el fin de conocer cuántas personas están familiarizadas con las tendencias e innovaciones que están causando impacto en el mercado actual, también da paso para saber qué cantidad de usuarios son comprendedores de estos temas. Como se evidencia en la gráfica 17.550 (59,4%) usuarios perciben este tipo de productos y los beneficios que otorgan.

2.

Consideraría emplear un dispositivo tecnológico para estar al pendiente de su bebé ?

187 respuestas



Gráfica 3.2 Pregunta de encuesta No 2

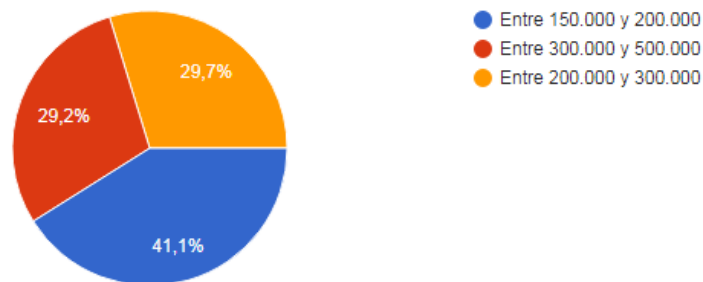
Fuente: Elaboración propia

Mediante este interrogante se puede conocer el foco principal de Healthy Baby, ya que a través de esta podemos percibir que cantidad de padres de familia estarían dispuestos a emplear un dispositivo para el cuidado de los pequeños. En la ciudad de Medellín se cuenta con 29.546 bebés considerados dentro del mercado potencial de los cuales el 89.3% que representa el 26.384 de padres, consideran que un dispositivo es una de las mejores alternativas para la atención y vigilancia de sus hijos.

3.

Qué precio estaría dispuesto a pagar por un dispositivo de monitoreo?

185 respuestas



Gráfica 3.3 Pregunta de encuesta No 3

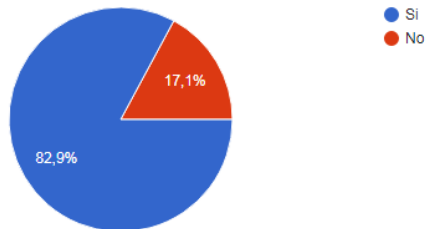
Fuente: Elaboración propia

Con esta pregunta se detecta que presupuesto emplearían las personas para adquirir el producto MonBaby, esto es de suma importancia para Healthy Baby debido a que al conocer estas cifras se puede concluir si el producto es apetecido por gran cantidad de usuarios según el precio que está predispuesto para este. De 26.384 personas que estarían dispuestos a emplear un dispositivo tecnológico, el 29,2% que representa 7.704 de padres, desearían adquirir o comprar el producto por un rango de precios entre 300.000 y 500.000\$.

4.

Estaría dispuesto a comprar un dispositivo que monitoree la salud del bebé de manera constante en un plazo de 3 meses?

187 respuestas



Gráfica 3.4 Pregunta de encuesta No 4

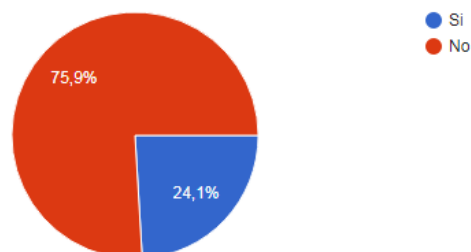
Fuente: Elaboración propia

Con esta pregunta se tiene la facilidad de detectar que personas estarían dispuestas a comprar el producto en un periodo de 3 meses. 7.704 padres de familia tienen la facilidad de invertir en este tipo de dispositivos entre 300.000 y 500.000\$, donde el 83% que equivale a 6.394 personas desearían obtener el producto en un periodo de tiempo limitado ya que prefieren invertir con más rapidez solo por el hecho de cuidar más a sus hijos.

5.

A utilizado algún dispositivo de monitoreo para el cuidado de su bebé?

187 respuestas



Gráfica 3.5 Pregunta de encuesta No 5

Fuente: Elaboración propia

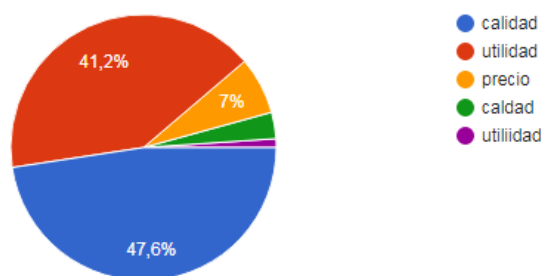
Este interrogante es considerado uno de los más importantes, ya que mediante esta Healthy Baby puede estar al tanto de los usuarios que han utilizado sus habilidades para conocer, interpretar y saber manejar este tipo de dispositivos. 22.425(75,9%)

representa la cantidad de padres de familia que han empleado este tipo de monitores para vigilar con más seguridad a sus pequeños.

6.

Qué características busca en un dispositivo de monitoreo?

187 respuestas



Gráfica 3.6 Pregunta de encuesta No 5

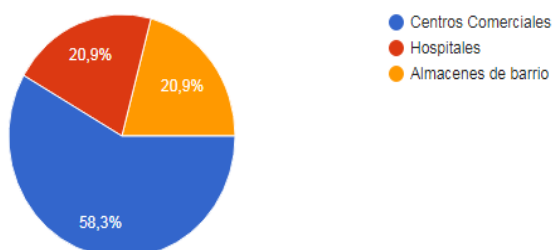
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las personas están dispuestas a pagar un dispositivo de monitoreo principalmente por su calidad, este aspecto representa el 47,6% que equivale a 14.063 usuarios, ya que mediante esta se caracteriza y se valora la importancia del producto, también se evidencia como las necesidades y las expectativas de las personas influyen directamente en este término.

7.

En dónde le gustaría adquirir el dispositivo de monitoreo ?

187 respuestas



Gráfica 3.7 Pregunta de encuesta No 7

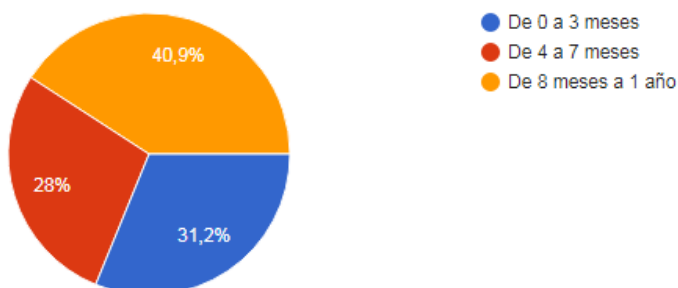
Fuente: Elaboración propia

Actualmente, la mayor parte de los usuarios buscan adquirir el producto a través de centros comerciales ya que consideran que este método es más eficaz y seguro, además son de fácil acceso y son frecuentados con más facilidad. 17.225(58,3%) personas compran el producto por este medio debido a la flexibilidad de horarios que estos manejan.

8.

Hasta que edad considera viable el uso del monitor para el bebé?

186 respuestas



Gráfica 3.8 Pregunta de encuesta No 8

Fuente: Elaboración propia

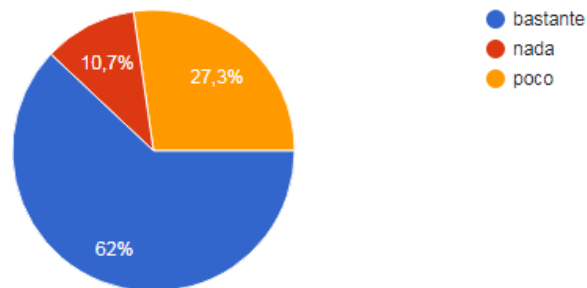
Los padres de familia consideran utilizar estos monitores en un periodo de 8 meses a 1 año, ya que 12.084(40,9%) personas opinan que, a esta edad, los niños son más propensos a sufrir enfermedades y no tienen la capacidad de depender por ellos mismos, es decir,

realizar movimientos, actividades, ni generar alarmas de aviso para que los padres puedan saber que los amenaza.

9.

Qué tan familiarizado está con la tecnología?

187 respuestas



Gráfica 3.9 Pregunta de encuesta No 9

Fuente: Elaboración propia

En esta grafica se evidencia que 18.318(62%) personas son conocedores de las últimas tecnologías, ya que se encuentran al tanto de los productos innovadores y nuevas tendencias del mercado actual.

De acuerdo con los resultados de la investigación realizada y teniendo en cuenta las respuestas expresadas por los usuarios potenciales en donde aproximadamente 6.394 usuarios expusieron su intención de compra, la empresa decidió abarcar el 2.5% de ese mercado mensualmente y por lo tanto se procedió a estimar la siguiente proyección de demanda.

3.7.4 Proyección de demanda.

Mensual

	MES 1	MES 5	MES 10	MES 12
UNIDADES	160	160	160	160

Tabla 3.4 Proyección de demanda mensual

Fuente: Elaboración propia.

Anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES	1.920	1.968	2.017	2.067	2.118

Tabla 3.5 Proyección de demanda anual

Fuente: Elaboración propia.

Anualmente la empresa espera obtener un incremento del 2.5%, ya que es una tasa acorde con las perspectivas de crecimiento económico del país y se muestra favorable para que la compañía pueda alcanzar mayor competitividad. A partir de allí se puede analizar cuantas unidades de dispositivos Monbaby deben ser vendidas durante un periodo de 5 años, para así generar a largo plazo mayor utilidad e ingresos a la compañía.

Capítulo 4 ANÁLISIS DE COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados Comerciales

Tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos.

Este tratado entró en vigor el 15 de mayo de 2012 establecido por los presidentes de Colombia y Estados Unidos en la cumbre de las Américas en Cartagena. El tratado de libre comercio es importante para Colombia, ya que permite a los empresarios posicionar sus productos sin barreras en el mercado estadounidense quien es el principal socio comercial del país, de igual manera se fomenta la inversión extranjera en Colombia.

Un antecedente importante en las relaciones entre los países es el acuerdo de preferencias arancelarias APTDEA que fue creado con el fin de combatir el tráfico de drogas. Su objetivo era implementar y fomentar alternativas de trabajo para reemplazar el tráfico y la producción ilícita de éstas, mediante la diversificación del comercio entre los demás países con Estados Unidos.

Una de las razones que se tuvieron en cuenta para llevar a cabo la negociación del TLC entre Colombia y Estados Unidos, se basó en que el país norteamericano ha generado impacto en el mercado a través del crecimiento y el desarrollo político, social y económico de países con los que ha firmado acuerdo; para el año 2010 Estados Unidos fue considerado el primer socio comercial del país.

Por medio del TLC se les facilitaría el comercio a productos como el petróleo y sus derivados, las flores, además de confecciones y preparaciones alimenticias. Al establecerse el tratado entre los países se impulsó la inversión extranjera en Colombia, también con el aumento en las exportaciones se generarían más empleos formales e informales en el país.

Los sectores que se encuentran beneficiados por este TLC son las flores, las confecciones, plásticos, cacao, entre otros. De igual manera se identifican oportunidades en la

agroindustria para las flores, la caña de azúcar, derivados del café, las manufacturas como envases y empaques, prendas de vestir, tela, zapatos, libros, etc.

En cuanto al sector de la tecnología y sus avances, Estados Unidos ha obtenido gran ventaja en comparación con el desarrollo y evolución que ha tenido el país colombiano en dicho sector, el país se encuentra en desventaja y por medio de éste tratado se permite la entrada de productos innovadores para ser utilizados en todo tipo de actividad, dichos productos pueden contribuir en el desarrollo económico y social, sin embargo influyen en la balanza comercial ya que esta se encuentra en déficit por situaciones en las que se depende de los productos extranjeros para impulsar el mejoramiento del país.

Por otra parte, en desgravación de cinco años quedaron productos como el hierro, acero, vidrio y vehículos. En conclusión, este tratado pretende fomentar la exportación de productos nacionales hacia los Estados Unidos y a su vez busca incentivar la inversión y el desarrollo económico-social de Colombia.

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

El dispositivo MonBaby se encuentra ubicado en la subpartida arancelaria **9018.19.00.00**(los demás) debido a que pertenece a la partida **90.18** la cual engloba o encierra todo tipo de “instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología, veterinaria, incluidos los de centellografía y demás aparatos electromédicos, así como los aparatos utilizados para pruebas visuales” (Ministerios de comercio, industria y turismo, año 2011). Hace referencia a esta partida ya que es un dispositivo relacionado con aparatos de electrodiagnóstico (vigilancia de parámetros fisiológicos), es decir sistemas encaminados en la salud y en el buen funcionamiento de los sistemas del cuerpo humano. Healthy Baby considera que su producto se encuentra ubicado en dicha partida arancelaria, ya que se asemeja con la función que desarrolla el dispositivo Monbaby el cual se enfoca en monitorear y dar alerta sobre los signos vitales de los bebés.

Según la dirección de impuestos y aduanas nacionales, este tipo de productos pagan un arancel de importación del 5% (DIAN, 2017). A medida que el TLC entre Colombia y Estados Unidos se vaya fortaleciendo, se lograra obtener una disminución de los aranceles para la importación de todo tipo de aparatos tecnológicos, incluidas las partes para armar o reparar que no son producidas en el país, de esta manera se favorecerá a los colombianos mediante el libre acceso a la tecnología.

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

MonBaby es un broche de monitoreo inteligente que para su comercialización no aplica la solicitud de vistos buenos, permisos o requisitos para su importación, debido a que es un producto que no tiene afectaciones al medio ambiente y no necesita vigilancia y control por parte de las entidades reguladoras en el país. Por ejemplo, el INVIMA vigila, controla e inspecciona los establecimientos que producen y comercializan medicamentos, alimentos y cosméticos.

Esta entidad se encarga de todo lo referente a los dispositivos médicos, pero en este caso no tiene intervención alguna, ya que el producto no funciona de manera directa con el estado físico de las personas. En general las entidades gubernamentales del país y sus funciones no repercuten en la distribución del dispositivo MonBaby.

4.4 Participación en Ferias Especializadas

Participar en una Expoferia le permite a una compañía hacer cualquier tipo de conexión con proveedores, clientes, etc. A su vez es una gran oportunidad de negocio en un mismo lugar y en un breve periodo de tiempo. En Colombia se realizan diversas ferias dirigidas al sector de la salud y la tecnología, el objetivo principal de la mayoría es ofrecer un espacio para que personas, empresas y productos realicen aportes significativos al sector.

- Se encuentra Expomedical Care que es un evento enfocado en la demostración de avances científicos y tecnológicos realizados para el sector de la salud, anteriormente se llevaba a cabo en la ciudad de Cali, Colombia, sin embargo, su próxima versión se efectuara en la ciudad de Buenos Aires, Argentina.
- También se encuentra en Colombia un evento dedicado a las madres, a las que desean serlo y para los bebés y niños menores de 12 años. Esta feria es llamada expomamá, la cual se realiza en la ciudad de Bogotá y ofrece un espacio donde se muestran las tendencias del mercado, productos para la seguridad de los bebés, y ciclos de charlas y talleres sobre temas de interés.

Asistencia

Participar en una feria como expomamá, le garantiza a Healthy Baby establecer contactos con clientes potenciales, proveedores y profesionales del sector de la salud y la tecnología, a su vez estos pueden ayudar a la compañía a incrementar su desarrollo y crear diferentes relaciones. También es la oportunidad correcta para dar a conocer el negocio y el producto que esta empresa ofrece.

El asistir a diferentes ferias, trae consigo algunos costos que varían según el lugar donde esta vaya a ser elaborada, estos gastos se ven reflejados en el espacio alquilado, diseño, equipos multimedia y muebles. Por lo general, la contratación de un stand incluye, la iluminación, caja de electricidad y, en algunos casos, muebles (una mesa y sillas). De no ser así son costos que se deberán contratar con el fin de crear el mejor impacto visual para los visitantes y compradores. Para Healthy Baby hacer parte de dichos eventos, tendría que retribuir costos de inscripciones, diseño, multimedia y mobiliario.

Tabla 4.1 Costos ferias

CONCEPTO	PRECIO
MUEBLES- ESTANTERÍA	\$60.000
MOSTRADOR	\$100.000
TV LED SAMSUNG 32’’ HD – SMART TV	\$750.000
MESA	\$30.000
INGRESO COMO EXPOSITOR (ESPACIO)	\$250.000
TOTAL	\$1.190.000

Fuente: Elaboración propia.

Además, se cuenta con otros gastos adicionales representados en el transporte de los expositores, hospedaje, alimentación y en costos evidenciados en la información (folletos, pancartas o pendones).

Tabla 4.2 Gastos adicionales

CONCEPTOS	PRECIO
VIÁTICOS	\$2.300.000
TRANSPORTE LOCAL	\$100.000
HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN	\$500.000
INFORMACIÓN (FOLLETOS Y PENDONES)	\$80.000
TOTAL	\$2.980.000

Fuente: Elaboración propia.

Al asistir a dichas ferias la empresa Healthy Baby S.A.S tendrá que asumir un total de **\$4.170.000 en** costos de participación.

4.5 Rutas de Acceso

INTERNACIONAL

La mercancía será traída por medio de transporte aéreo desde el Aeropuerto Internacional John F Kennedy (suroeste ciudad de Nueva York – Estados Unidos) hasta el Aeropuerto Internacional José María Córdova (Rionegro Antioquia- Colombia). Se estima que el tiempo de tránsito para este recorrido es de 5 a 6 horas aproximadamente. Entre las aerolíneas adecuadas para este trayecto está American Airlines.

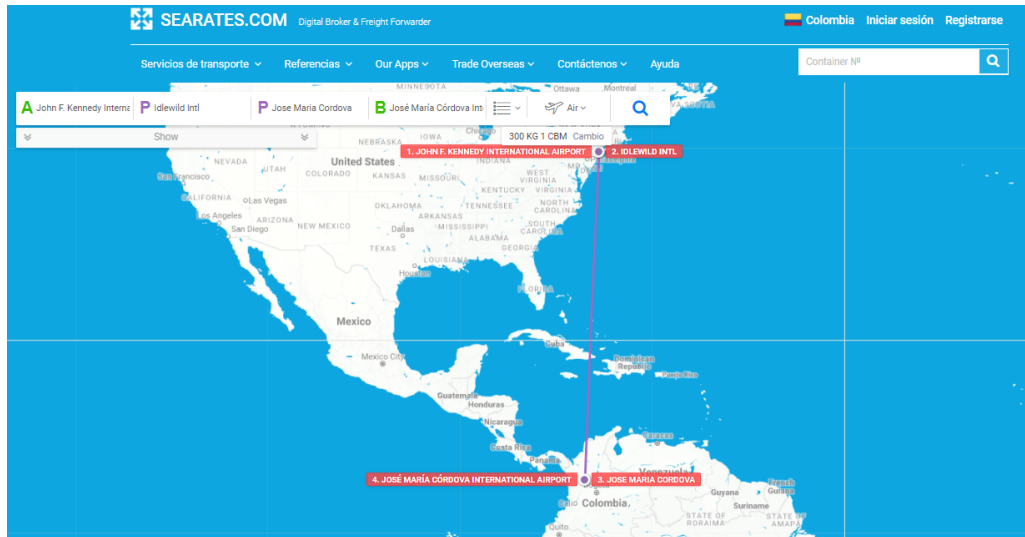


Ilustración 4.1 Searates.com

Fuente: Searates, 2017

NACIONAL

La mercancía en territorio nacional será trasladada mediante transporte terrestre específicamente en camiones, desde el Aeropuerto Internacional José María Córdova (Rionegro Antioquia- Colombia) hasta la ciudad de Medellín- Colombia. El tiempo de tránsito del aeropuerto hasta la ciudad es de 1 hora y entre las posibles empresas para trasportar la mercancía está Astransportes.

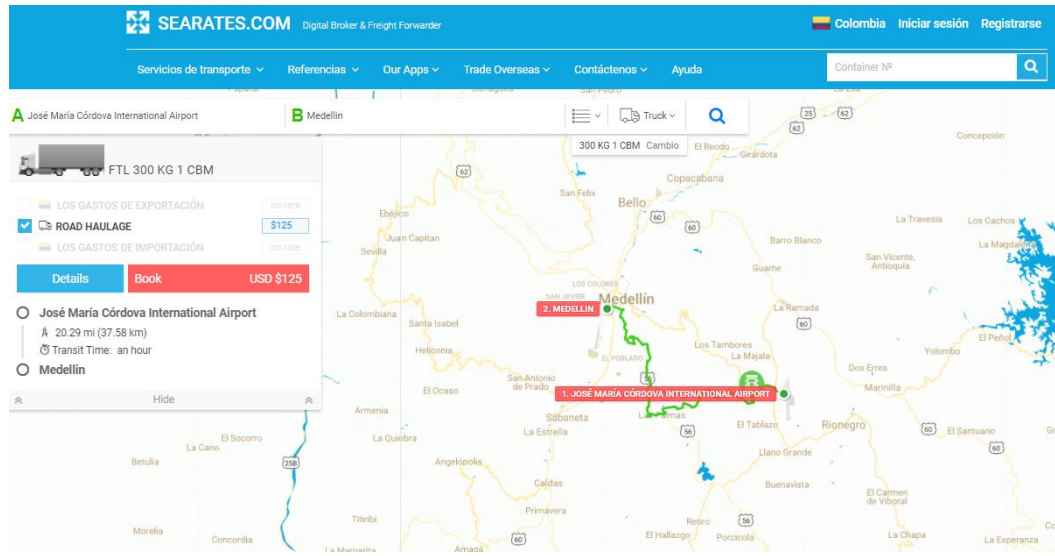


Ilustración 4.2 Searates.com

Fuente: Searates, 2017

El medio de transporte elegido y apropiado principalmente para la importación del producto MonBaby desde la ciudad de Nueva York, es el aéreo ya que por medio de éste es más fácil y rápido el tiempo de entrega de la carga, además es conveniente para el número de cajas y tipo de mercancía que se va a importar.

4.6 Liquidación de costos de importación

Lotes estándar de compras

Healthy Baby S.A.S tiene un lote estimado de ventas con su proveedor, este tiene la capacidad de enviar a la compañía 480 unidades del monitor Monbaby con una frecuencia de tres meses. Los dispositivos serán traídos por transporte aéreo con un tiempo de tránsito estimado de 6 horas sin contar retrasos, escalas, fallas técnicas o cuestiones climáticas. También se pueden presentar demoras debido a que la llegada de la mercancía debe ser descargada del avión y el agente de carga debe chequear su estado, a su vez requiere

inspección y revisión por parte de la DIAN, y de esta manera esperar que se autorice la salida de la mercancía del aeropuerto con destino a la ciudad de Medellín.

Cotización de proveedor e incoterm

En respuesta al pedido de Healthy Baby a MonBaby que consiste en la cotización de 480 unidades, la empresa dio como precio final a cada dispositivo USD 49; para un total de la mercancía de USD 23.520, dicho encargo será realizado cada tres meses. Se negoció con el proveedor el término de negociación CIP el cual indica que los costos y responsabilidad de MonBaby terminan en el momento en el que la mercancía está dentro del medio de transporte que en este caso es el aéreo incluido el seguro internacional.

Es decir que la obligación del proveedor finaliza cuando los 480 dispositivos están a bordo del avión en el aeropuerto internacional Jhon F Kennedy en la ciudad de Nueva York- Estados Unidos con destino al aeropuerto internacional José María Córdoba en Rionegro- Colombia. El pedido se llevará a cabo cada tres meses con el fin de minimizar y ahorrar costos, de esta manera se maneja un inventario adecuado buscando la estabilidad y crecimiento de Healthy Baby.

A su vez el término en el que MonBaby entrega y se responsabiliza de la mercancía resulta favorecedor ya que limita y reduce la cantidad de operaciones que deben ser llevadas a cabo por la empresa importadora para una exportación adecuada, respaldando el sustento de la empresa que quiere posicionarse en el mercado con un producto práctico e innovador cuyo precio sea lo más asequible posible para el público.

COTIZACION

New York City, October 06, 2017

Sra. Manuela Guzmán Cifuentes, Directora General de Healthy Baby S.A.S

Dirección: Carrera 48 # 31-106

Medellín, Colombia.

Estimado Cliente.

En respuesta a su carta de solicitud para las tarifas indicadas de su mercancía bajo el término **CIP** son las siguientes:

Ilustración 4.3 Cotización

COTIZACION DE IMPORTACION DE MONBABY BUTTONS		
Nombre del producto: MonBaby buttons	Cantidad: 480	
Partida arancelaria: 9018190000	Peso: 87kg	Volumen: 133.40184 Cm ³
Tipo de mercancía: Delicada		
Aeropuerto de embarque: Aeropuerto Internacional John f. Kennedy - New York City		
Aeropuerto de destino: Aeropuerto internacional José María Córdoba- Rionegro, Colombia		

480 botones MonBaby

EN 1 CAJA X 40 UNIDADES

EN 12 CAJAS VAN 480 UNIDADES

COTIZACION

EXW

- VALOR DE LA MERCANCIA. **23.520 USD**

FCA

- ELABORACION DEX **7,13 USD**
- GASTOS OPERATIVOS **14,80 USD**
- PREINSPECCION DE MERCANCIAS **12,09 USD**
- ALMACENAMIENTO **10,11 USD**
- AGENTE DE ADUANA **4,13 USD**
- TRANSPORTE **15,01 USD**

CPT

- FLETES **USD 45,00**
- GUÍA **USD 35,00**

CIP

- SEGURO **USD 17,00**

TOTAL: 23.680,27 USD Valor CIP - \$69.671.853,59

El proveedor entrega a la compañía Healthy Baby la mercancía en CIP con todos los costos que este requiere, a partir de allí todo corre por cuenta del importador.

TRM: \$2,942.19 Fecha: 10 octubre 2017

COSTOS DEL IMPORTADOR

Valor CIP \$69.671.853,59

\$69.671.853,59 *5%: \$3.483.592,68: \$73.155.446,27

\$73.155.446,27 *19%: \$13.899.534,79: \$ 87.054.981,06 Valor CIP con IVA Y ARANCEL

DAT

- DESESTIBA (Descargue en el aeropuerto) \$20.000

DAP

- ALMACENAMIENTO \$15.000
- PESAJE \$10.000
- INSPECCION \$14.000
- AGENTE DE ADUANA \$11.000
- TRANSPORTE EN DESTINO \$21.000
- DOCUMENTO DE IMPO \$16.000
- COSTOS DE TRASLADO DESDE EL AEROPUERTO AL LUGAR CONVENIDO \$13.500

DDP

Tributos

- IVA 19%
- ARANCEL 5%

TOTAL: \$87.175.481,06 VALOR FINAL DE LA MERCANCIA

Fuente: Elaboración propia.

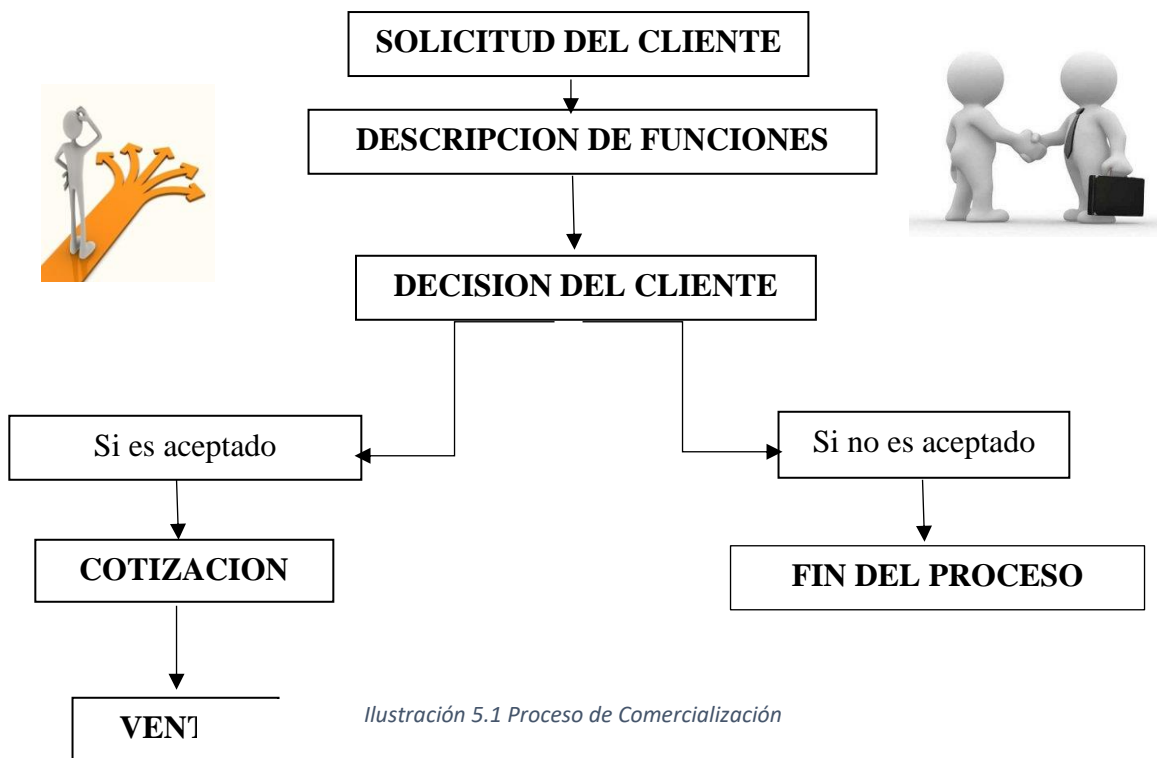
CONCLUSIÓN

El valor final del producto MonBaby para la compañía será 181.615,58 \$, con el precio pactado y todos los trámites y requisitos listos, el proveedor entregará los 480 dispositivos por un periodo de 3 meses. También el costo estimado para la importación de dicha cantidad de monitores tendrá un valor de 87.175.481,06 \$, a su vez se considera que el precio de venta para el dispositivo MonBaby en el país colombiano será de 320.000\$

Capítulo 5 ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 Descripción del proceso de comercialización dispositivos para el cuidado de los bebés

A continuación, se va a exponer el proceso de comercialización de la empresa Healthy Baby, donde se describe detalladamente cada uno de los pasos que se realizan para que el cliente decida comprar o no el dispositivo, allí se reflejan las condiciones y las diferentes formas de entrega para la venta del producto.



Fuente: Elaboración propia.

Solicitud del cliente: Mediante este concepto, el cliente se dirige a la compañía con la intención de adquirir, conocer y experimentar algún producto, este busca allí asesorías y apoyo por parte de la empresa. El personal encargado es el vendedor, esta solicitud tiene una duración aproximadamente de 3 minutos.

Descripción de funciones: Para dar detalles específicos al cliente, el vendedor requiere de un tiempo estimado entre 10 y 20 minutos aproximadamente, en este periodo el comerciante deberá cautivar, animar, entretener y brindar seguridad al cliente sobre el producto, para que este se sienta satisfecho con el servicio, la atención y finalmente perciba la confianza para adquirir el producto.

Decisión del cliente: Al vendedor orientar al cliente sobre las necesidades que cubre el producto, contarle para que sirve, ayudarlo en lo que más pueda y cuanto más claro sean los requisitos para este, más posibilidad hay de que el consumidor se motive a realizar la compra. El cliente se demora aproximadamente 2 minutos en pensar su elección, si desea no comprarlo se le da fin al proceso, o si por el contrario el producto es aceptado se tiende a realizar una cotización y finalmente la venta del artículo.

Cotización: Es realizada por el vendedor, con el fin de dar al cliente todas las pautas sobre la forma de pago, el costo total, descripción detallada, vencimiento de la misma, y tiempo de entrega del producto. El tiempo estimado para la cotización esta entre 5 y 7 minutos mientras se ejecutan todos los requerimientos y condiciones con el consumidor.

Venta: Finalmente se lleva a cabo la transacción o negociación, donde el vendedor logra cautivar y fidelizar al cliente, de esta manera se obtiene la distribución, venta o adquisición del producto, dicho proceso toma 2 minutos relativamente.

5.2 Plan de comercialización

De acuerdo con el plan de ventas y a las encuestas realizadas donde se mostraba el promedio de ventas, se puede observar que la empresa Healthy Baby debe estar dispuesta a vender al menos 160 dispositivos por cada mes para cumplir con los requerimientos que la compañía necesita, además cada año habrá una variación en cuanto a la cantidad de unidades a vender lo que garantiza ciertas ganancias para la empresa.

Mensual

	MES 1	MES 5	MES 10	MES 12
UNIDADES	160	160	160	160

Ilustración 5.2 Proyección de demanda mensual

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de este plan de comercialización, la empresa para cumplir con su promedio de ventas y cubrir además cualquier cambio en la demanda del producto, realiza pedidos cada tres meses de 480 unidades de dispositivos MonBaby, a su vez la compañía cuenta con un inventario que puede respaldar algún crecimiento en la demanda de dicho producto.

5.3 Recursos materiales para la producción

5.3.1 Locaciones

Para establecer la localidad de la empresa se requiere arrendar un local ubicado en barrios estrato 4 específicamente en el barrio Belén cerca al centro comercial los Molinos en la ciudad de Medellín, debido a que es una zona muy comercial y tiende a tener gran cantidad de flujo peatonal. Entre las características que se buscan del local son: El espacio, que tenga una medida de aproximadamente 20 metros cuadrados. Ubicación: que se encuentre en uno de los puntos estratégicos que permitan un mayor alcance del público objetivo. Diseño: que tanto el interior como el exterior sea agradable, paredes limpias, piso adecuado, puertas en buen estado. Instalaciones: que el local cuente con servicios públicos como: agua, luz y teléfono.

Plano del local:

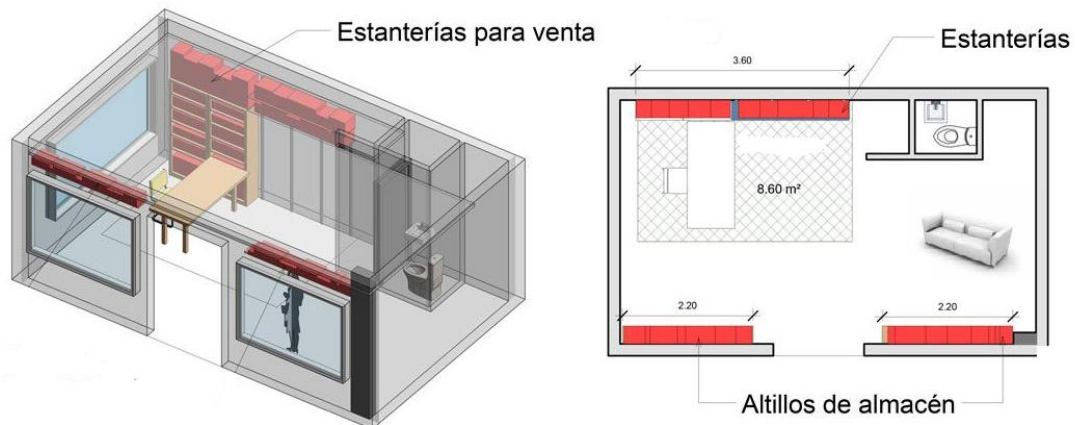


Ilustración 5.3 Plano del local

Fuente de gráfica: (Aparejadorivan)




El arriendo de este local ubicado en el barrio Belén en la ciudad de Medellín tiene un costo mensual de \$1'700.000.

En cuanto a las adecuaciones necesarias en el local para reflejar y plasmar la esencia de la empresa y capturar la atención del público se requiere de:

- Pintar las paredes en colores pasteles: \$ 250.000
 - Mejorar iluminación: \$110.000
 - Conseguir y adaptar estanterías: \$300.000
 - Establecer un buen lugar de recepción: \$400.000
 - Adecuar el local con muebles y objetos de decoración: \$500.000
- Total, presupuesto: \$1'560.000**

5.3.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres

Healthy Baby para desarrollar su actividad de comercialización de manera eficiente y confortable tanto para los trabajadores como para los clientes, requiere de los siguientes enseres y muebles para facilitar su crecimiento.

Producto	Proveedor	Precio
<p><i>Fuente: www.exito.com</i></p> 	<p>Vendido por: éxito Descripción: Procesador: Intel Core I3-6006U 2.0G 2C Sistema Operativo: Windows 10 Memoria RAM: 4GB Pantalla: 23</p>	<p>\$1.559.900 Cantidad: 2</p>
<p><i>Fuente: www.alkosto.com</i></p> 	<p>Vendido por: Alkosto Descripción: Escáner Max. Velocidad impresión-copia: Negro: 27ppm Color:15ppm Max. Resolución impresión: 5760x1440 Conectividad: Wifi. USB 2.0</p>	<p>\$159.000 Cantidad: 1</p>
<p><i>Fuente: www.homecenter.com.co/</i></p> 	<p>Vendido por: Homecenter Descripción: Ancho 64 centímetros Color Negro Alto espaldar ajustable 111 a 121 cm Tipo Sillas de escritorio con brazos Fondo 61 centímetros</p>	<p>\$189.900 Cantidad: 1</p>
<p><i>Fuente: www.homecenter.com.co/</i></p> 	<p>Vendido por: Homecenter Descripción: Altura del asiento ajustable 62 a 83.5 cm Silla ergonómica Ancho 40 centímetros Fondo 49 centímetros</p>	<p>\$179.900 Cantidad:1</p>
<p><i>Fuente: www.homecenter.com.co/</i></p> 	<p>Vendido por: Homecenter Descripción: Expandible hasta 5 auriculares adicionales. - Identificador de llamadas DTMF/FSK. - Función de llamadas en espera. - Altavoz en auricular. - 5 memorias de remarcado. - Libre de interferencias y amigable con Wi-Fi.</p>	<p>\$79.900 Cantidad:2</p>

	- Pantalla y teclado iluminados.	
 <p> CHALLENGER Fuente: www.homecenter.com.co/ </p>	Vendido por: Homecenter Descripción: TV LED 55" (139 Cm) Resolución: 1920 X 1080 FHD Aspecto de la pantalla: 16:9 Potencia de consumo: 130 W Proporción: Auto,16:9,4:3, Escaneo Sistema Operativo: Android 4.4	\$1.798.900 Cantidad: 1
 <p> Fuente: www.jamar.com/ </p>	Vendido por: Jamar Descripción: Sofá 2 puestos + butaca + puff. Estilo contemporáneo	\$1.200.000 Cantidad: 1 juego de sala
 <p> Fuente: www.mostrador.eu </p>	Vendido por: Archiexpo.es Descripción: recubierto en fórmica de 10 cm de grosor Características totales: 220 cm de anchura x 180 cm de anchura x 120 cm de altura	\$1.000.000 Cantidad: 1
 <p> Fuente: www.vitrinasantioquia.com/ </p>	Vendido por: Vitrinas Antioquia Descripción: Alto 200 cm Ancho 60 cm profundidad 42 cm 2 puertas, vidrios corredizos 5 niveles, cada uno con 18 cm de alto	\$1.200.000 x2 Cantidad: 2
 <p> Fuente: www.homecenter.com.co/ </p>	Vendido por: Homecenter Descripción: Capacidad 2 litros Alto 52 cm Uso Doméstico Ancho 32 cm Fondo 36 cm Incluye Manual de instrucciones Color Blanco	\$432.900 Cantidad: 1

 <p><i>Fuente:</i> www.homecenter.com.co/</p>	<p>Vendido por: Homecenter Descripción: Alto 76cm Ancho 60cm Color Blanco Medidas 140x60x76cm Largo 140cm</p>	<p>\$699.900 Cantidad: 1</p>
--	---	-----------------------------------

Ilustración 5.4 Muebles y Enseres

Fuente: Elaboración Propia.

5.3.3 Requerimientos de materiales e insumos

Insumos de Papelería

Healthy Baby pretende utilizar diferentes materiales de papelería necesarios para la elaboración de cotizaciones, facturas de ventas, etc. Entre los principales insumos requeridos por la compañía está la tinta para impresora, resmas de papel y bolígrafos de color negro, a su vez se solicita bolsas de papel para empaçar y mejorar la presentación del producto, estos serán adquiridos en almacenes de cadena como Panamericana con un costo de 300.000 \$ mensual.

Insumos de Aseo

La compañía va a implementar en sus espacios diferentes herramientas de aseo como escobas, trapeadoras, recogedor, limpiavidrios y sacudidores especiales para dejar el ambiente en perfecto estado. Esto en gran parte ayuda a la compañía a mejorar su imagen y cautivar al cliente para que entre y se sienta a gusto con el entorno que se vive, los utensilios se compraran en Homecenter con un costo de 150.000 \$ cada tres meses.

5.3.4 Requerimientos de servicios

A continuación, se describe detalladamente los costos fijos que la empresa debe pagar a sí se labore o no.

Tabla 5.1 Servicios

REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS		
SERVICIO	DESCRIPCIÓN	COSTO
Arriendo	Local comercial ubicado en el barrio Belén en la ciudad de Medellín	\$1'700.000
Agua	Servicio de EPM	\$70.000
Luz	Servicio de EPM	\$250.000
Internet y telefonía	Internet de 10 Megas y telefonía Claro	\$150.000
Vigilancia - Kit de cámaras	Kit de cámaras en tiempo real con 20 mt de alcance. 3 cámaras Domo con visión nocturna y 1 cámara Bala también con visión nocturna. El kit se adquiere online en Linio.	\$ 450.000
- Kit alarmas	Kit de Sistema inalámbrico y completo de alarma GSM Aurora Touch G5 y cámara inalámbrica con grabación digital en tarjeta SD de fácil instalación ideal para proteger pequeñas empresas, el sistema de alertas y avisos se da por vía telefónica sin necesidad de cables y con una sirena de 90 Db	\$ 1.034.659

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo 6 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

6.1 Estructura Organizacional del Negocio

6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional y Estructura de Personal

Healthy Baby como microempresa cuenta con una estructura organizacional bastante reducida y hace uso de varios servicios conocidos como tercerizados, en la siguiente figura se muestra el personal que hace parte de la compañía:

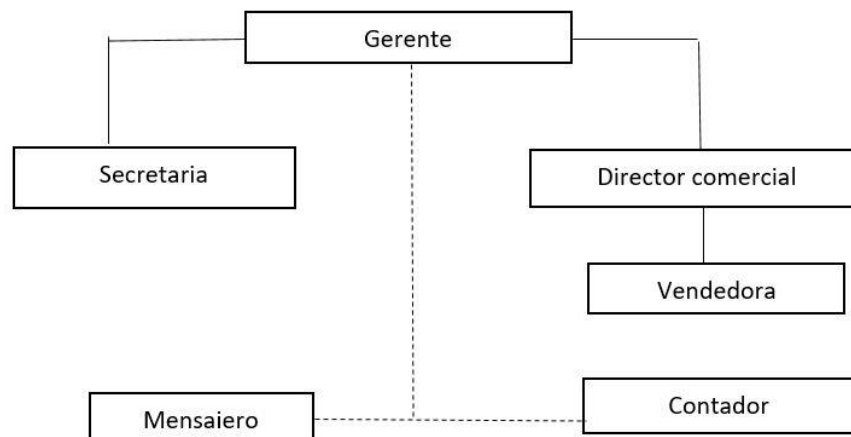


Ilustración 6.1 Organigrama Estructural

Fuente: Elaboración propia.

En esta organización la compañía cuenta con dos servicios tercerizados correspondientes a los servicios de mensajería cada vez que sean requeridos y los servicios relacionados a la contaduría de la empresa.

Healthy Baby está conformada por un gerente, un director comercial, una secretaria con el fin de apoyar dichos cargos directivos y una vendedora para el punto de venta de la compañía.

El gerente cumple la función de ser la cabeza de la compañía, estará encargado de coordinar actividades de tipo administrativo, debe organizar, dirigir y analizar el trabajo y funcionamiento general de la empresa, desempeñarse en la toma de decisiones de la compañía, analizar y dar soluciones a problemas financieros, administrativos, de personal entre otros a beneficio de Healthy Baby y que efectúe junto con el director comercial estrategias y posibilidades de negocio. El gerente deberá tener formación profesional en administración o finanzas. Adicionalmente debe tener habilidades numéricas, de liderazgo, comunicación, resolución de problemas y habilidades interpersonales como la empatía y motivación. Se requiere una experiencia mínima de un año y el contrato es indefinido.

El director comercial estará encargado de la gestión de ventas de la compañía ya sean tanto internas como externas, deberá también establecer conexiones con proveedores y clientes para favorecer el crecimiento de la empresa y servirá de apoyo al gerente en la toma de decisiones a conveniencia de Healthy Baby. Para esto requiere tener habilidades en cuanto a la responsabilidad, compromiso, ser pro activo y pre activo para planear y mejorar los resultados de la compañía realizando un buen trabajo en equipo. El director comercial debe contar con estudios en administración comercial, mercadeo y/o carreras afines con una experiencia mínima de 1 año, su cargo es de contrato indefinido.

La secretaria cumplirá con funciones como preparar documentos, velar por la información y datos de operaciones y presupuestos. Deberá también tener una buena gestión y control de los recursos financieros, humanos y materiales. Una secretaria de la parte administrativa requiere tener una formación como auxiliar o secretariado y que a su vez tenga conocimiento en el ámbito comercial y administrativo con una experiencia de 1 año. Además de tener habilidades en cuanto a la planificación, tolerancia, manejo de estrés, orden y responsabilidad; su contrato se establece por el periodo de un año.

Para el punto de venta físico de Healthy Baby se necesita una vendedora que cumpla con funciones de atención al público, brindar información acerca del dispositivo, atender a su vez las plataformas web por donde también se realiza la venta del producto, y velar por el eficiente envío de los pedidos que se efectúen. Para este cargo el contrato es indefinido. La persona deberá tener algún estudio técnico o profesional con relación al sector de ventas, comercio o atención al cliente, además de tener habilidades de comunicación, escucha, empatía y paciencia. Debe tener conocimiento básico en manejo de herramientas web y una experiencia mínima en ventas de 6 meses a 1 año.

El contador estará a cargo de los asuntos financieros de la compañía, en otras palabras, realizará de forma periódica reportes y estados financieros de la compañía. También se encargará de las obligaciones fiscales, apoyar en la toma de decisiones o informar posibles riesgos en el ámbito económico. Esta persona deberá tener una formación profesional en contaduría pública y conocimientos en herramientas tecnológicas, su experiencia debe ser de mínimo 2 años. Al ser un servicio que Healthy Baby contrata de manera tercerizada, el pago de este servicio se hará de acuerdo con los honorarios profesionales específicos y en algunos casos será por día. El rango de este pago será de \$ 600.000 mensuales.

Para el servicio de mensajería o domicilio Healthy Baby contratará de manera tercerizada el servicio a través de alguna agencia o persona independiente dedicada a la mensajería. Cumplirá funciones tales como llevar o recoger documentos, realizar consignaciones y llevar el producto vendido a los clientes que así lo deseen. Deberá tener formación básica y conocimiento de nomenclaturas, diligencias bancarias y manejo de atención a clientes. El pago será de aproximadamente \$300.000 pesos mensuales en caso de ser una persona independiente.

6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

A continuación, se va a presentar los costos generados por la contratación del personal, que llevara a cabo el buen funcionamiento de la compañía Healthy Baby. Estos reciben

beneficios en cuanto a su desempeño y rendimiento en la compañía, por otra parte, la empresa solo cuenta con 4 cargos: Gerente, director comercial, secretaria y Vendedora al ser una microempresa la cual aspira tener un crecimiento constante.

Cargos	Salario Basico	Transporte	Prestaciones Sociales	Descanso Remunerado	Seguridad Social	Parafiscales
Gerente	2.100.000\$	83.140\$	Cesantias y primas: 181.928\$ Intereses sobre Cesantias: 21.837\$	Vacaciones: 87.500\$	Pensiones: 252.000\$ Salud: 178.500\$ Riesgos Laborales: 10.962\$	Parafiscales: 189.000\$
Director Comercial	1.200.000\$	83.140\$	Cesantias y primas: 106.928\$ Intereses sobre Cesantias: 12.831\$	Vacaciones: 50.000\$	Pensiones: 144.000\$ Salud: 102.000\$ Riesgos Laborales: 6.264\$	Parafiscales: 108.000\$
Secretaria	978.550\$	83.140\$	Cesantias y primas: 88.474\$ Intereses sobre Cesantias: 10.617\$	Vacaciones: 40.773\$	Pensiones: 117.426\$ No paga salud	Parafiscales: 4% correspondiente a la caja de compensación
Vendedora	737.717\$	83.140\$	Cesantias y primas: 68.405\$ Intereses sobre Cesantias: 8.209\$	Vacaciones: 30.738\$	Pensiones: 88.526\$ No paga salud	Parafiscales: 4% correspondiente a la caja de compensación

Tabla 6.1 Costos Estructurales del Negocio

Fuente: Elaboración Propia.

Al Healthy Baby S.A.S ser una microempresa, la cual cuenta con más de 2 trabajadores y reciben un salario inferior a 10 SMLV. La compañía se ve en la necesidad de favorecerse a través de la Ley 1607 de 2012 que se basa en la exención de pagos parafiscales.

Capítulo 7 ANÁLISIS LEGAL

7.1 Tipo de Organización empresarial

Healthy Baby es una sociedad de tipo S.A.S (Sociedad por acciones simplificadas) ya que fomenta el emprendimiento en las empresas y otorga facilidades y flexibilidad tanto en su creación como en su desarrollo. Este tipo de organización es la mejor opción debido a que es posible ser constituida por una cantidad reducida de socios quienes tienen responsabilidades según el límite de sus aportes, también simplifica los procedimientos operativos y administrativos para las microempresas e impulsa el crecimiento de estas, a su vez es ventajosa para las personas que pertenecen a dicha sociedad ya que las utilidades son repartidas de forma equitativa según los aportes que realiza cada miembro, además permite a los empresarios determinar las reglas que van a guiar el funcionamiento y progreso de la compañía.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

A continuación, se va a exponer cada uno de los trámites que la empresa debe realizar para la constitución de la misma, si la compañía no se encuentra registrada en alguna de las siguientes entidades no podrá llevar a cabo su actividad comercial.

Tabla 7.1 Tramite para la constitución de la empresa

Fuente: Elaboración propia

TRAMITES PARA LA CONSTITUCION DE LA EMPRESA			
Trámite	Descripción	Costo	Tiempo
Consulta del nombre	Se ingresa a la página web del RUES para verificar que el nombre de la	No tiene ningún costo realizar dicho tramite	El tiempo estimado que conlleva realizar este trámite es de

	<p>empresa se encuentra disponible y listo para usar y ser registrado.</p> <p>(Rues, 2017)</p>		<p>media hora aproximadamente</p>
<p>Consulta Código CIU (Actividad económica)</p>	<p>Tiene como propósito clasificar las actividades económicas de los empresarios de manera más eficaz y segura, está constituido por 6 dígitos numéricos.</p> <p>(Cámara de comercio, 2012)</p>	<p>No tiene ningún costo realizar dicho tramite</p>	<p>El tiempo estimado que conlleva realizar este trámite es de media hora aproximadamente</p>
<p>Elaboración del documento de constitución de la sociedad</p>	<p>Este se elabora con la finalidad de constituir una sociedad de cualquier carácter que no exceda más de 10 trabajadores o activos mínimos a 500 salarios mm, podrá establecerse por documento privado.</p> <p>Según la Ley 1258 de 2008 es posible crear sociedades por acciones simplificadas, donde los socios puedan concretar las condiciones que desean aplicar para mejorar sus relaciones.</p> <p>(Cámara de comercio, 2012)</p>	<p>No tiene ningún costo realizar dicho tramite</p>	<p>El tiempo estimado para realizar este trámite es de un día aproximadamente</p>

<p>Presentación de los anteriores documentos en cualquier sede de la Cámara de Comercio</p>	<p>Al ser una persona jurídica se debe cancelar los derechos de cámara y el impuesto de registro del departamento de Antioquia.</p> <p>Con esto se obtiene:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Inscripción en el Registro Mercantil. -Asignación del NIT. -Matrícula de Industria y Comercio -Pago del impuesto de Rentas Departamentales de Antioquia para el caso de sociedades -Notificación de la apertura del establecimiento a planeación municipal -Registro mercantil o certificado de existencia y representación legal (Cámara de comercio de Medellín, 2012) <p>(Cámara de comercio, 2012)</p>	<p>No tiene ningún costo realizar dicho tramite</p>	<p>El tiempo estimado para realizar este trámite es de un día aproximadamente</p>
--	--	---	---

<p>Matrícula Mercantil</p>	<p>Este trámite es elaborado con el fin de realizar la inscripción en el registro mercantil de las personas naturales o jurídicas que desarrollan una actividad económica específica.</p> <p>Pasos para la inscripción de personas jurídicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comprar el formulario de matrícula 2. Diligenciarlo completamente. 3. Entregar firmado por el representante legal de la empresa a matricular (Cámara de comercio de Medellín, 2012) <p>(Cámara de comercio, 2012)</p>	<p>La matrícula para Los comerciantes o renovación en el registro mercantil efectúan de manera anual derechos acordes al monto de sus activos. Para este caso el monto de activos varía entre los \$2.950.868 y \$3.688.585 lo que corresponde al pago de \$72.000, tarifa del 9,79% del SMMLV por dicho trámite</p>	<p>El tiempo estimado para realizar este trámite es de un día aproximadamente</p>
<p>TRÁMITES DE FUNCIONAMIENTO</p>			
<p>Solicitud de autorización para numeración de facturación - DIAN</p>	<p>Personas naturales o jurídicas en obligación del pago del impuesto sobre las ventas IVA deben solicitar ante la DIAN autorización para la numeración adecuada de las facturas que debe imprimir</p> <p>(Cámara de comercio, 2012)</p>	<p>No tiene ningún costo realizar dicho trámite</p>	<p>El tiempo estimado para realizar este trámite es de una semana aproximadamente</p>

<p align="center">Trámites de seguridad social y aportes parafiscales</p>	<p>Dichos trámites son de suma importancia para proteger la seguridad social de los empleados.</p> <p>Trámites de seguridad social:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Inscribirse ante una empresa administradora de riesgos profesionales. -Inscribirse a un programa de seguridad industrial -Afiliar a los trabajadores al sistema de seguridad social y de pensiones, ante las entidades encargadas de esto, también deben ser afiliados a un fondo de cesantías <p>Aportes parafiscales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Remuneraciones que deben ser aportadas a las siguientes entidades: SENA, ICBF y Caja de Compensación Familiar <p align="center">(Cámara de comercio, 2012)</p>	<p>No tiene ningún costo realizar dicho trámite</p>	<p>El tiempo estimado para realizar este trámite es de un día aproximadamente</p>
<p align="center">Registro de la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio -SIC</p>	<p>En la página de la superintendencia de industria y comercio www.sic.gov.co se encuentra la información sobre el procedimiento para la solicitud del registro de una marca. En la opción trámites, se selecciona propiedad industrial y por último la opción registro de marca de productos y servicios y seguir los pasos que allí señalan.</p> <p align="center">(Cámara de comercio, 2012)</p>	<p>No tiene ningún costo realizar dicho trámite</p>	<p>El tiempo estimado para realizar este trámite es de 6 a 7 meses aproximadamente</p>

Capítulo 8 ANÁLISIS FINANCIERO

8.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

Tasa de rentabilidad del sector

Se evidencia que la tasa de rentabilidad del sector terciario, en este caso el subsector tecnológico (Hardware) es del 17,2%, durante el 2007 hasta el 2016 este sector ha presentado un desnivel, donde actualmente se encuentra con un rendimiento más bajo. Según los indicadores financieros del sector hardware, en el año 2016 el margen bruto obtuvo un decrecimiento del 17,2%, en comparación con el año 2015 que alcanzó un 23,8%. Este indica una variación del 6,6% donde se demuestra que la tasa de rendimiento del sector tecnológico ha disminuido debido al aumento del dólar que ocasionó que los productos tecnológicos de alta gama incrementaran sus precios.

*Hardware

A continuación, se analiza la variación constante que ha tenido la tasa de rentabilidad del sector tecnológico a partir del año 2007 hasta el año 2016, donde se tomó en cuenta el margen bruto, debido a que no se establece el margen neto.

INDICADORES FINANCIEROS SECTOR HARDWARE

Indicador	2007	2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Margen Bruto	19,7%	19,9%	19,1%	19,2%	19,3%	18,9%	21,7%	23,8%	17,2%
Margen Ebitda	3,5%	1,1%	3,0%	3,9%	2,4%	3,7%	6,1%	6,8%	1,5%

Tabla 8.1 Indicadores financieros sector Hardware

Fuente: Sectorial, 2017

Tasa de rentabilidad esperada por el inversionista

Healthy Baby desea obtener una tasa de rentabilidad de por lo menos un 18%, la cual asegure un valor significativo en la venta del producto y genere ganancias a mediano plazo. Se eligió ese rendimiento con el fin de que la empresa se asemeje a la tasa de rentabilidad del sector, ya que la establecida por la industria ha demostrado ser conveniente para la implementación o aceptación de nuevos bienes innovadores, con esta tasa el inversionista espera que el producto alcance un mayor reconocimiento en el mercado y pueda ser de gran acogida por la población.

Impuesto sobre la renta

Según la reforma estructural, el impuesto sobre la renta para este año (2017) será del 34% y para los próximos años del 33%, esta tarifa será aplicada a todas las entidades nacionales, lugares establecidos en el país por parte de sociedades extranjeras al igual que personas jurídicas del extranjero o sin algún tipo de domicilio en el país que se encuentren en la necesidad de ejecutar o presentar la declaración de la renta cada año.

% de Margen de Contribución para definir los precios de ventas

Costo Unitario

Mp + importación/idades anuales

\$ 181.816 + \$ 71.900.689/1.920

\$ 181.816 + \$ 37.448,27

: \$ 219.264,27

Margen de contribución: PrecioV- CostoV

\$ 320.000 – \$ 219.264,27: **\$ 100.735,73**

Porcentaje

\$ 100.735,73/ \$ 320.000: 0,31*100%: **31%**

El margen de contribución se define como los beneficios que recibe una compañía. A su vez es considerado una abundancia de ingresos relacionado con los costos variables, de igual forma se debe cubrir los costos fijos y las ganancias. Para la compañía Healthy Baby su margen de contribución corresponde al 31% lo que equivale a \$ 100.735,73.

8.2. Aportes de Capital de los Socios

Los aportes de capital destinados por los socios para ejecutar la actividad económica de la empresa se distribuyen de manera equitativa. Dicho valor corresponde al 30% de la inversión (\$37'041.531) que cuenta con la participación de 3 socios a los que les corresponde la cifra de \$12'347.177 a cada uno. De los cuales 2 de ellos disponen de capital para la inversión proveniente de ahorro personal, el otro adquiere capital por medio de un préstamo familiar que espera recuperar y devolver en el lapso de 1 año.

El capital por parte de los socios será designado para la compra y adquisición en la inversión al inicio del periodo para cubrir los gastos de las adecuaciones del local, para la compra de muebles y enseres como escritorios, sillones, estanterías y mesas, y para la adquisición de los equipos de oficina como teléfono, computador e impresora.

El total de dichas inversiones no superan los 12 millones de pesos, para lo cual otra parte del capital invertido por los socios será utilizada para cubrir los costos de la publicidad y ventas del primer año cuyo valor es de \$6'930.000. La suma de dichas inversiones tiene un total de \$18'190.000. Y con relación al dinero proveniente de los socios que no será utilizado se llevará a cabo la creación de un fondo de ahorro en una entidad bancario con el fin de darle el uso adecuado al capital a medida que sea requerido.

8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

- Nombre de la entidad financiera

La entidad financiera escogida por la empresa para llevar a cabo el préstamo de capital para obtener la cantidad necesaria y poder llevar a cabo las operaciones es Bancolombia, que es uno de los bancos privados mas grandes del país y de América y ofrece una amplia gama de productos y servicios que dan beneficios y facilidad a personas naturales y juridicas.

- Monto total del préstamo necesario para el proyecto

El monto correpondiente al préstamo de crédito por medio de la entidad bancaria es de \$86´430.238 necesario para llevar a cabo las operaciones de la compañía.

- Tasa de Interés, Plazo del préstamo

Tasa efectiva anual utilizada en la simulación	19.28%
Tasa mes vencida utilizada en la simulación	1.48%
Cuota mensual	\$2,183,491.31
Seguro de vida asociado a la deuda por cuota	\$99,394.77
Cuota mensual más seguro(s)	\$2,282,886.08
Plazo	60 meses

Ilustración 8.1 Tasa de interés

Fuente: Grupo Bancolombia, 2017

La gráfica anterior corresponde al simulador del credito en Bancolombia, se evidencia que la tasa efectiva anual que es la que calcula el costo de los interes en un periodo de 12 meses es equivalente al 19.28%. La tasa de mes vencida la cual es usada para calcular la tasa efectiva anual del pago del prestamo, tiene una tasa correspondiente de 1.48%. La cuota

mensual que la empresa debe desembolsar obtenida en el simulador es de \$2'183.491,31. La cuota mensual más el seguro tiene un valor de \$2'282.886,08 y el plazo es de 60 meses.

- Resumen de Tabla Amortización: Capital Pagado, Intereses y Saldo Capital cada año.

En la siguiente tabla se plasman los resultados obtenidos a través del simulador del crédito para la obtención de datos en cuanto al capital, intereses y saldos de cada año que le corresponden a la empresa establecidos por los primeros 5 años.

Tabla 8.2 Tabla de amortización

Tabla de amortización					
Año	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguro	Cuota mensual más seguro	Saldo
1	\$14'421.602,4	\$11'780.293,32	\$2'183.491,31	\$2'282.886,08	\$74'649.944,67
2	\$12'150.430,67	\$14'051.465,05	\$2'183.491,31	\$2'282.886,08	\$60'598.479,64
3	\$9'441.390,34	\$16'760.505,38	\$2'183.491,31	\$2'282.886,08	\$43'837.974,26
4	\$6'210.062,87	\$19'991.832,85	\$2'183.491,31	\$2'282.886,08	\$23'846.141,40
5	\$2'355.754,32	\$23'846.141,4	\$2'183.491,31	\$2'183.491,31	\$0

Fuente: Elaboración propia

8.4 Precios de los Productos

8.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Para que las compañías decidan los precios de venta, es importante conocer los diferentes factores que se necesitan a la hora de definir dichos precios. Estos elementos influyentes suelen ser internos, los cuales hacen referencia a costos fijos de la empresa, costos variables, diferentes condiciones del mercado y del sector al cual pertenece la compañía, además de los proveedores, la necesidad de los clientes y la competencia.

Healthy Baby para la determinación del precio de venta de su producto MonBaby, toma en cuenta los costos fijos como: el arriendo del local o punto de venta, servicios públicos, salarios y obligaciones legales. También se relacionan los costos variables como: el valor de los insumos, la publicidad que la compañía requiera, y los diferentes costos de importación. Además, se tuvo en cuenta el precio de venta asignado por parte del proveedor y la utilidad que la compañía espera la cual equivale al 18%.

8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

De acuerdo con la investigación realizada y en base a lo plasmado en el modelo financiero se define el precio de venta teniendo en cuenta los costos fijos y los costos variables. Para llevar a cabo dicho proceso se aplica una fórmula que relaciona ambos costos, esta dará como resultado el precio de venta en función a los valores.

Tabla 8.3 costos

Costos fijos	Unidades vendidas por año	Valor costo fijo unitario
Gastos operacionales	Monbaby buttons	
\$ 99.855.952	1.920	\$ 52.008,30

Costo materia prima	Costos de import.	Valor costo variable unitario
\$ 181.816	\$71.900.689/1920 unidades	\$ 219.264,27

Fuente: Elaboración propia.

- $Pv = Cfu + Cvu$

$Cfu = \$ 52.008,30$

$Cvu = \$ 219.264,27$

$Pv = \$ 52.008,30 + \$ 219.264,27 = \$ 271.272,57$

De esta manera se pudo obtener el precio de venta del producto MonBaby con base a los costos. Para Healthy Baby el precio de venta de acuerdo con la fórmula es de **\$ 271.272,57**

8.5 Ingresos y Egresos

8.5.1 Ingresos

8.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

La compañía Healthy Baby, anualmente va generar o atraer mayores ingresos mediante las unidades que pueda vender.

Total Ventas						
Precio Promedio	\$	320.000,0	338.240,0	349.740,2	370.899,4	399.273,2
Ventas	unid.	1.920	1.968	2.017	2.067	2.118
Ventas	\$	614.400.000	665.656.320	705.425.903	766.649.142	845.660.737

Ilustración 8.2 Total ventas

Fuente: Elaboración propia

Al realizar un análisis sobre el promedio de ventas de la compañía, se puede evidenciar que al multiplicar el precio del producto Monbaby por las unidades vendidas se da a conocer el total de los ingresos que recibe la compañía anualmente. De acuerdo con el modelo financiero estructurado los ingresos para la compañía Healthy Baby serán de \$ 614.400.000 en el primer año, a medida que se van proyectando los años se puede analizar que cada uno tiene un aumento constante. Para el último año previsto, los ingresos para la empresa serán de \$ 845.660.737 lo que es muy alentador para Healthy Baby, ya que esto demuestra que el producto es viable y aceptado por el mercado actual.

Al realizar dicho estudio, se puede demostrar que Healthy Baby tiene un producto de alta gama, innovador y de preferencia por los padres de familia, a su vez este generara a la compañía una buena rentabilidad e ingresos donde se constata que MonBaby en realidad está originando valor y oportunidades para la empresa. Además, brinda una estabilidad económica, y una mejor ampliación en las estrategias y planes a futuro.

8.5.2 Egresos

8.5.2.1 Inversiones

Inversiones en Activos Fijos.

Inversiones (Inicio Período)							
Terrenos	\$	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	\$	1.560.000	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	\$	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	\$	6.102.600	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte	\$	0	0	0	0	0	0
Equipos de Oficina	\$	3.597.700	0	0	0	0	0
Total Inversiones	\$	11.260.300	0	0	0	0	0

Ilustración 8.3 inversiones en activos fijos

Fuente: Elaboración propia

Las inversiones en activos fijos realizadas por la compañía Healthy Baby estaran destinadas a todo lo relacionado con las construcciones o adecuaciones que el negocio requiera, a esta corresponde un valor de \$ 1.560.000, seguido por los muebles y enseres como: sofa,

mostrador, acentos, vitrinas entre otros, con un valor de \$ 6.102.600, a su vez también se emplea equipos de oficina como: computadores, impresoras, etc., con un valor de \$ 3.597.700.

Estos gastos se emplean una vez que el negocio lo requiera, también tienen una larga vida útil si se les da la atención correspondiente. Para la compañía no implica una inversión constante ya que solo se adquieren al comenzar el proyecto, además se espera que dichos bienes cumplan con todas las condiciones apropiadas y se les de buen uso por parte de la empresa.

La Inversión en Gastos Pre-operativos

Gastos Anticipados							
Gastos Anticipados	\$	72.000	0	0	0	0	0
Acreedores Gastos Anticipados(Var.)	\$		72.000	0	0	0	0

Ilustración 8.4 Gastos Pre operativos

Fuente: Elaboración propia

Las Inversiones en Gastos Pre- Operativos solo van hacer aplicados para los gastos anticipados, es decir, para pagar el Registro mercantil que tiene un costo de \$ 72.000. Este permite a la empresa llevar a cabo cualquier actividad comercial que desee ejercer y dar a conocer a los comerciantes como empresarios calificados. También posibilita a los negociantes acceder a mercados nacionales e internacionales y a su vez recibir beneficios tributarios y económicos.

Inversiones en Capital de trabajo

La empresa Healthy Baby realiza inversiones en cuanto al capital del trabajo con el fin de poder desarrollar de la mejor manera su negocio, esto implica elaborar trámites económicos y financieros. Este capital es considerado como aquellos procesos o recursos que necesita

la compañía para poder operar intervenir o ejercer en el mercado. En la actualidad dicho termino también es conocido como activo corriente, el cual se enfoca en el efectivo o dinero de la compañía, los gastos e inversiones que esta realiza a corto o mediano plazo, y los inventarios.

Healthy Baby para conocer su capital de trabajo inicial, opto por realizar un proceso donde tomo como base los 3 primeros meses, de esta manera se obtendrá el resultado que la empresa necesita para comenzar a operar comercialmente.

Gastos Administrativos: \$ 92.925.952 / 12*3: \$ **23.231.488**

Gastos en publicidad: \$ 6.930.000 \$/ 12*3: \$ **1.732.500**

Valor de la primera importación: \$ **71.900.689**

Capital de trabajo inicial: \$ **96.864.677**

La empresa como capital de trabajo inicial necesita: \$ **96.864.677**

8.5.3 Estados Financieros

8.5.3.1 Estado de Pérdida y Ganancias y Balance General

Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias puede definirse como un informe financiero en el cual se proyecta la rentabilidad de la empresa en un período determinado, es decir, las pérdidas o ganancias que la empresa tiene o espera obtener.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	614.400.000	665.656.320	705.425.903	766.649.142	845.660.737
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	349.085.914	378.208.406	400.804.436	435.589.870	480.482.179
Depreciación	2.497.753	2.497.753	2.497.753	1.298.520	1.298.520
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	71.900.689	75.999.028	78.582.995	83.337.266	89.712.567
Utilidad Bruta	190.915.644	208.951.132	223.540.718	246.423.485	274.167.470
Gasto de Ventas	6.930.000	7.172.550	7.452.279	7.724.288	7.983.051
Gastos de Administracion	92.925.952	96.178.360	99.929.316	103.576.736	107.046.557
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	14.400	14.400	14.400	14.400	0
Utilidad Operativa	91.045.292	105.585.822	116.144.722	135.108.061	159.137.862
Otros ingresos					
Intereses	15.905.047	11.505.744	8.160.142	5.336.510	2.720.047
Otros ingresos y egresos	-15.905.047	-11.505.744	-8.160.142	-5.336.510	-2.720.047
Utilidad antes de impuestos	75.140.245	94.080.078	107.984.680	129.771.651	156.417.814
Impuestos (34%)	25.547.683	31.987.227	36.714.757	44.122.327	53.182.057
Utilidad Neta Final	49.592.562	62.092.852	71.269.823	85.649.224	103.235.758

Ilustración 8.5 Estado de pérdidas y ganancias

Fuente: Elaboración propia

En la gráfica anterior se evidencia el estado de pérdidas y ganancias de la empresa proyectado para los primeros 5 años. En la cual, para el primer año las cuentas tanto de la utilidad bruta como la utilidad operativa tienen valores positivos, de \$190'915.644 y \$91'045.292 respectivamente. Entendiéndose como utilidad bruta a la diferencia entre los ingresos y los costos de ventas de la empresa, la utilidad operativa se basa en los gastos operacionales y la utilidad neta sería el valor que se reparten los socios.

Por otro lado el valor total de los ingresos y egresos para el primer año resultan ser negativos con una cifra de -\$15'905.047 lo que indica que la empresa no recibe ganancias debido al pago de los intereses. Y respecto a la utilidad antes de los impuestos tiene una cifra de \$75'140.245 y más los impuestos, cuyo valor es de \$25'547.683 la cifra de la utilidad neta final se afecta quedando en \$ 49'592.562.

Para el segundo año, la utilidad bruta en comparación a la utilidad operativa resulta ser mayor con valores de \$208'951.132 y \$105'585.822 respectivamente, lo que indica que es superior el valor de los ingresos y costos que los gastos de venta, administración, provisiones y amortización. En cuanto al valor de otros ingresos y egresos en comparación al año anterior también es negativo(\$-11'505.744) pero con una cifra menor, lo que significa que el precio de los intereses disminuye.

En el tercer año se registra un aumento en cuanto al valor de las ventas, siendo superior al de años anteriores lo que resulta conveniente para la empresa.

También se evidencia un aumento en cuanto a los gastos de venta y administración respecto a los años anteriores y por otra parte los intereses disminuyen, lo que significa que la empresa invierte más en gastos operacionales a causa del crecimiento de la empresa en el mercado y menos en intereses.

El cuarto año presenta de igual manera un aumento en las ventas y en el valor de la materia prima y mano de obra, pero una disminución en cuanto a la depreciación al pasar de \$2'497.753 en el año anterior a \$1'298.520. En aumento siguen los gastos de ventas y administración, pero los intereses disminuyen y los impuestos aumentan por la empresa tener una mayor capacidad y desempeño financiero.

Para el quinto año se evidencia como resultados finales del período establecido que las ventas no disminuyeron, la depreciación se mantuvo igual a la del año anterior siendo baja. Los intereses de igual manera bajos, impuestos altos y las utilidades bruta, operativa y neta final registraron valores positivos en aumento respecto al año anterior.

Balance general

El balance general de una empresa se define como el estado financiero de la empresa durante un tiempo establecido, éste balance refleja los activos que posee la compañía, sus deudas (pasivos) y de la diferencia entre éstos muestra el patrimonio.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	112.153.869	172.520.220	181.645.415	186.985.307	199.926.133	219.149.791
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	57.600	43.200	28.800	14.400	0	0
Total Activo Corriente:	112.211.469	172.563.420	181.674.215	186.999.707	199.926.133	219.149.791
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	1.560.000	1.482.000	1.404.000	1.326.000	1.248.000	1.170.000
Maquinaria y Equipo de Operación	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	6.102.600	4.882.080	3.661.560	2.441.040	1.220.520	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	3.597.700	2.398.467	1.199.233	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	11.260.300	8.762.547	6.264.793	3.767.040	2.468.520	1.170.000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	123.471.769	181.325.967	187.939.008	190.766.747	202.394.653	220.319.791
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	25.547.683	31.987.227	36.714.757	44.122.327	53.182.057
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	86.430.238	69.114.191	51.858.143	34.572.095	17.286.048	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligación Capital Semilla	0	0	0	0	0	0
PASIVO	86.430.238	94.691.874	83.845.370	71.286.852	61.408.375	53.182.057
Patrimonio						
Capital Social	37.041.531	37.041.531	37.041.531	37.041.531	37.041.531	37.041.531
Reserva Legal Acumulada	0	0	4.959.256	11.168.541	18.295.524	18.520.765
Utilidades Retenidas	0	0	0	0	0	8.339.681
Utilidades del Ejercicio	0	49.592.562	62.092.852	71.269.823	85.649.224	103.235.758
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	37.041.531	86.634.093	104.093.639	119.479.895	140.986.278	167.137.734
PASIVO + PATRIMONIO	123.471.769	181.325.967	187.939.008	190.766.747	202.394.653	220.319.791

Ilustración 8.6 Balance General

Fuente: Elaboración propia

Los resultados del balance general para la empresa registraron que en cuanto a los activos, el efectivo correspondiente a cada año fueron aumentando empezando en el primer año con un total de \$112'153.869 hasta el quinto año con un total de \$219'149.791 lo que arroja un buen resultado para el desempeño de la empresa en el lapso de tiempo establecido. Los gastos anticipados por el contrario, fueron decreciendo empezando en \$57.600 y para el cuarto año estos gastos presentan un total de \$0.

En general el total del activo corriente en el transcurso de los 5 años resulta ser favorable. Por otro lado los activos fijos que no se vuelven líquidos sino que son importantes para el funcionamiento de la empresa, presentan una variación que consiste en la disminución de dicho valor comenzando por un valor de \$ 11'260.300 al primer año y con un valor de \$1'170.000 en el quinto año. En general el valor total de los activos crece conforme pasa el tiempo, lo que implica el incremento y mayores ganancias para la empresa.

Los pasivos tienen una participación con variaciones en el transcurso de los años, pues las salidas de capital de la empresa presentan distintos valores en cada año a causa de factores anteriormente determinados. Los valores del patrimonio en cada año se ven afectados a causa de las utilidades del ejercicio las cuales cada año van aumentando, mostrando resultados notorios ya que para el primer año el valor del patrimonio es de \$37'041.531 y para el quinto año es de \$167'137.734 reflejando el buen desempeño que se prevee de la empresa en el mercado durante los cinco años.

En cuanto a la suma del pasivo con el patrimonio se evidencia que coincide con los totales correspondientes a los activos de cada año, reflejando el correcto estado del balance para la compañía.

8.5.3.2 Flujo de Caja y Evaluación Financiera

El flujo de caja de una empresa se refiere a las entradas y salidas de dinero debido a las operaciones que realice la compañía en un tiempo determinado.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional	91,045.292	105,585.822	116,144.722	135,108.061	159,137.862	
Depreciaciones	2,497.753	2,497.753	2,497.753	2,298.520	2,298.520	
Amortización Gastos	14,400	14,400	14,400	14,400	0	
Agotamiento	0	0	0	0	0	
Provisiones	0	0	0	0	0	
Impuestos	0	-25,547.683	-31,987.227	-36,714.757	-44,122.327	
Neto Flujo de Caja Operativo	93,557,445	82,550,292	86,669,649	99,706,224	116,314,054	
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	
Variación Inv. Materias Primas e insumos ³	0	0	0	0	0	
Variación Inv. Prod. En Proceso	0	0	0	0	0	
Variación Inv. Prod. Terminados	0	0	0	0	0	
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	
Otros Activos	0	0	0	0	0	
Variación Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0	
Variación Acreedores Varios	0	0	0	0	0	
Variación Otros Pasivos	0	0	0	0	0	
Variación del Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	
Inversión en Muebles	-6,102,600	0	0	0	0	
Inversión en Equipos de Oficina	-3,597,700	0	0	0	0	
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	
Inversión Activos Fijos	-11,260,300	0	0	0	0	
Neto Flujo de Caja Inversión	-11,260,300	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Capital Semilla	0	0	0	0	0	
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	86,430,238	0	0	0	0	
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	-17,286,048	-17,286,048	-17,286,048	-17,286,048	-17,286,048	
Intereses Pagados	-15,905,047	-11,505,744	-8,160,142	-5,336,510	-2,720,047	
Dividendos Pagados	0	-44,633,306	-55,883,567	-64,142,840	-77,084,301	
Capital	37,041,531	0	0	0	0	
Neto Flujo de Caja Financiamiento	123,471,769	-33,191,095	-73,425,097	-81,329,756	-86,765,398	-97,090,396
Neto Periodo	112,211,469	60,366,351	9,125,195	5,339,892	12,940,826	19,223,658
Saldo anterior	112,211,469	112,153,869	172,520,220	181,645,415	186,985,307	199,926,133
Saldo siguiente	112,211,469	172,520,220	181,645,415	186,985,307	199,926,133	219,149,791

Ilustración 8.7 Flujo de caja

Fuente: Elaboración propia

El flujo de caja operativo en la empresa presenta una variación en las utilidades operacionales con valores ascendentes, empezando en el primer año con un total de \$91'045.292 y para el quinto año refleja un total de \$159'137.862, lo que significa que dichas utilidades representan un efecto positivo dando ganancias en el plazo establecido. Las depreciaciones tienen un cambio en el año 3 pasando de \$ 2'497.753 a \$1'298.520 en el último año y los impuestos incrementan en el paso del tiempo.

El flujo de caja de inversión evidencia que en el año 0 las inversiones de la empresa representan un resultado negativo debido a la salida de dinero por parte de la empresa para la obtención de muebles y equipos de oficina, con un valor de \$-6'102.600 para los muebles, sillones, estanterías y escritorios y \$-3'597.700 para equipos como el teléfono, impresora y computadores. Cuyo total queda en negativo con un total de \$-11'260.300

En cuanto al flujo de caja de financiamiento en el año 0 se evidencia un total de \$ 86'430.238 para los desembolsos de pasivo a largo plazo y el monto de capital para este

año es de \$37'041.531. Las amortizaciones corresponden a los años siguientes , desde el primer año hasta el quinto con un valor de \$-17'286.048 donde los costos de la inversión se dividen en los años que se usa dicha inversión. Los intereses son salidas de dinero que disminuyen en cada año.

Por lo tanto el total del flujo de caja de financiamiento pasa de ser positivo en el año 0 a ser negativo en los años siguientes donde los dividendos son los causantes del aumento de dichos totales ya que éste factor es el beneficio que se reparte entre los socios.

En cuanto al valor neto de periodo para cada año se calcula por medio de la resta entre los totales del flujo de caja de inversión con el flujo de financiamiento, el cual es mayor para el año 0 con un valor de \$112'211.469. y por último se evidencian los saldos anteriores y siguientes correspondientes a cada año.

La TIR (tasa interna de retorno) es una tasa de rendimiento utilizada para comparar y medir que tan rentables son las inversiones evaluando la conveniencia de éstas y del proyecto en general. Es considerada una tasa de rentabilidad que da a conocer un porcentaje significativo de acuerdo con las pérdidas o ganancias que puede traer una inversión.

El VPN (valor presente neto) permite evaluar proyectos a largo plazo y determinar si el objetivo financiero de la inversión es viable. Este es identificado como un criterio de inversión que realiza la compañía con la intención de establecer determinados cobros y gastos de proyectos o financiamientos para determinar cuánto serán los ingresos, ganancias o pérdidas de dicha inversión.

El payback descontado o PRI es definido como el tiempo que se requiere para recuperar el capital con que se inició la inversión de un proyecto. Es uno de los métodos más elegido por las personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Este a su vez es considerado un indicador que determina la solvencia del proyecto como también el riesgo que permite anticipar los sucesos en un corto plazo.

Criterios de Decisión	
Tasa de Descuento (Tasa mínima esperada)	17%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	68,61%
VAN (Valor actual neto)	175.738.265
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,29
Duración de la etapa improductiva del negocio en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio	70,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio	72 mes

Ilustración 8.8 Salidas

Fuente: Elaboración propia

En la gráfica se evidencia que los porcentajes en cuanto a la variación de precios de cada año cambian, lo que significa que el precio del producto no se mantiene estable con el paso del tiempo. En los indicadores financieros proyectados el nivel de endeudamiento para cada año disminuye lo que resulta ser favorable para la empresa al igual que los totales de las rentabilidades operacional, de patrimonio, del activo y la neta ya que aumentan en cada año.

En este caso la TIR es de 68.61% lo que indica que es una buena tasa de rendimiento para la empresa y viabilidad del proyecto, ya que presenta una rentabilidad superior al mínimo requerido.

El VAN es de \$ 175'738.265 evaluando que el objetivo financiero de la empresa resulta ser positivo y favorable. El período de recuperación de la inversión (PRI) es de 1.29 años, es decir 15.48 meses siendo un período aceptable para dicha recuperación. También se observa que el período improductivo para la empresa es de 3 meses.

Inicialmente la compañía presenta un nivel de endeudamiento del 70% siendo un porcentaje alto pero que no resulta ser riesgoso para la empresa ya que se presume que la primera expansión será de 60 meses (5 años) y la segunda expansión del negocio en 72 meses (6 años).

8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Análisis de Sensibilidad

8.5.4.1 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad sirve para evaluar el cambio de alguna variable del modelo financiero de la compañía, esta impacta de manera ya sea positiva o negativa en algún punto específico, este análisis le permite a la empresa determinar posibles alternativas o facilitar la toma de decisiones.

Se propone dos escenarios en el cual el precio del producto y las cantidades se afectan para determinar que impactos puede generar en la empresa Healthy Baby.

Teniendo en cuenta los datos consignados en el modelo financiero de la compañía, el precio inicial corresponde a \$ 320.000 el cual fue alterado con la disminución de un 10%, bajo este escenario se observó una perspectiva de viabilidad positiva ya que aun bajando el valor inicial del producto la tasa interna de retorno sigue siendo mayor a la tasa de descuento y además el valor actual neto es mayor a cero.

Criterios de Decisión	
Tasa de Descuento (Tasa mínima esperada)	17%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	19,08%
VAN (Valor actual neto)	5.923.873
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,90
Duración de la etapa improductiva del negocio en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio	70,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio	72 mes

Ilustración 8.9 Criterios de decisión

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, también se afectó la cantidad de unidades vendidas por producto, se disminuyeron en un 10 % estas cantidades dando como resultado 1.728 unidades anuales, además se observó que con esta cantidad de ventas el proyecto sigue siendo viable.

Criterios de Decisión	
Tasa de Descuento (Tasa mínima esperada)	17%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	60,61%
VAN (Valor actual neto)	158.998.198
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,34
Duración de la etapa improductiva del negocio en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio	70,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio	72 mes

Ilustración 8.10 Criterios de decisión 2

Fuente: Elaboración propia

8.6 Conclusión Financiera

Se puede determinar que la tasa de descuento o también conocida como costo de capital, es un factor de carácter financiero definido o utilizado para decretar el valor del dinero en un período de tiempo. A su vez sirve para llevar a cabo cálculos sobre valores actuales, necesarios para el capital futuro o para definir planes de inversión. Además, es empleado como el precio que se debe reembolsar por parte de fondos que necesitan desarrollar algún tipo de inversión, dicha tasa representa un valor de rentabilidad mínima la cual se desea que en un lapso la empresa logre generar que un proyecto se ejecute de acuerdo con el riesgo que tiene cada inversión, también se espera que esta posibilite el cubrimiento absoluto de la inversión realizada inicialmente. Para el caso del Plan de Negocios Healthy Baby S.A.S se evaluará el proyecto con una tasa de descuento del 18%.

Esta tasa es definida por la empresa, con el fin de encontrar similitud con la tasa de rentabilidad del sector tecnológico, debido a que la tasa empleada por este ha demostrado ser viable en la creación de nuevos proyectos y productos. La empresa Healthy Baby espera que su producto logre un nivel de identificación en el mercado, ya que este es innovador, práctico y fácil de usar, además la empresa está llegando a un mercado donde la población tiene buena capacidad de pago y donde el mercado es bastante competitivo, pero no impide que se creen oportunidades en la acogida de nuevos proyectos y bienes. Se espera obtener

la misma tasa o una similar a la que la industria ofrece para que la compañía pueda lograr mejorar sus ingresos, obtener ganancias y atraer clientes potenciales.

Consideraciones sobre la Evaluación Financiera

El proyecto elaborado por Healthy Baby de comercializar el producto Monbaby es viable, ya que al realizar todo el modelo financiero se puede evidenciar diversos indicadores que determinan resultados positivos en la elaboración de este negocio. A su vez genera mayor rentabilidad e ingresos para los inversionistas; al tener resultados positivos el plan de negocio ofrece a la compañía ventajas competitivas, grandes oportunidades de negocio, acogida del producto y aceptación por parte del público al que va dirigido.

También se observa que la tasa interna de retorno tiene un porcentaje de 68,61% que cumple con el requisito de ser superior a la tasa de rentabilidad esperada por el inversionista (18%), lo que demuestra que el plan de negocios hay que llevarlo a cabo. A parte de esto, se espera una expansión y reconocimiento de la compañía en un tiempo estimado de aproximadamente 5 años.

Conclusiones Generales

La información plasmada en este trabajo muestra como resultado lo siguiente:

La investigación realizada a los diferentes entornos, y la encuesta virtual que se desarrollo logró transmitir los puntos claves para la entrada de Healthy Baby al sector de la salud y la tecnología, reflejando también los beneficios, oportunidades y dificultades que puedan impactar al proyecto. Se observó que las perspectivas para el sector de la tecnología en los próximos años, presenta un aumento en los índices de productividad, en ventas minoristas y en las ventas online por lo que ofrece buenas oportunidades de negocio. Por otra parte, se pudo identificar que Healthy Baby posee la ventaja de tener un proveedor fijo y no contar con competidores directos que obstaculicen el funcionamiento de la actividad comercial.

Con esta investigación también se evidencia el mercado meta al cual va dirigido el producto, la manera idónea de distribución, y la forma de impulsar la marca para poder llegar a los consumidores sin tener falencias en esta fase. Se tuvo en cuenta que para el proceso de importación del producto objeto de la comercialización le favorece el tratado de libre comercio que Colombia tiene con estados unidos que es el país de donde proviene el producto.

Para finalizar, se identificó y evaluó la viabilidad del proyecto, con el desarrollo de un análisis macroeconómico que mostró los ingreso, egresos y gastos de la compañía además de las diferentes variables que ayudaron a la asignación del precio de venta y las posibles decisiones que pueden tomarse a futuro para beneficio de Healthy Baby.

En conclusión, esta investigación ayudo a proyectar y desarrollar paso a paso un plan de negociación que aporta conocimiento y experiencia a la los estudiantes de esta carrera y darles una visión de las posibles actividades y procedimientos que deberán llevar a cabo dentro de esta amplia profesión.

Bibliografía

sector TIC, motor que crece en la economía nacional . (s.f.). *El tiempo* .
El tiempo . (2015). Sector TIC, motor que crece en la economía nacional. *El tiempo* .
Dane . (28 de 08 de 2017). Obtenido de Dane:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/importaciones>
tiempo, E. (28 de 08 de 2017). *El tiempo* . Obtenido de
<http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/crecimiento-de-la-industria-de-tecnologias-de-la-informacion-en-2016-36498>
<http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/crecimiento-de-la-industria-de-tecnologias-de-la-informacion-en-2016-36498>
tiempo, E. (11 de 10 de 2001). LA IMPORTANCIA DE CREAR NUEVAS EMPRESAS EN COLOMBIA. *El tiempo* .
Superintendencia de industria y comercio . (s.f.). Obtenido de
<http://www.sic.gov.co/marcas>
(2017). *LEY 1258 DE 2008*.
Sas es el tipo de sociedad más usado en Colombia. (2009). *Dinero* .
Tracer. (3 de 03 de 2017). Obtenido de Tracer: <https://www.tracer.mx/blog-legal/8-ventajas-y-desventajas-de-una-sas>
MonBaby . (s.f.). Obtenido de <https://monbaby.com/es/>
Sura. (17 de 12 de 2017). Obtenido de <https://www.sura.com/blogs/mujeres/habitos-consumo-colombia.aspx>
CONTADORMX. (21 de Septiembre de 2016). *CONTADORMX*. Obtenido de
CONTADORMX: <https://contadormx.com/2016/09/21/sociedad-acciones-simplificada-pros-contras-crea-empresa-24-hrs/>
Revista Dinero. (2017). Fondos de pensiones rompen récord en el primer semestre.
Revista Dinero .
Universitario, J. E. (15 de diciembre de 2015). *Justicia tributaria en Colombia*. Obtenido de Justicia tributaria en Colombia:
<http://justiciatributaria.co/blog/2015/12/15/alineacion-fiscal-expertos-nacionales-y-organismos-internacionales/>
Actualícese . (7 de mayo de 2014). Obtenido de
<http://actualicese.com/2014/05/07/definicion-de-declaracion-de-renta/>
Comunidad contable. (18 de enero de 2017). *LEGIS*. Obtenido de
<http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/Otros/reforma-tributaria.asp>
DIAN. (2017). *beneficio de pregresividad del impuesto sobre la renta y complementarios*.
Portafolio. (2016). El plan para simplificar los impuestos a las empresas. *Portafolio* .
Accounter. (29 de diciembre de 2016). Obtenido de Accounter:
<http://www.accounter.co/normatividad/leyes/reforma-tributaria-ley-1819-de-2016.html>

Tendencias, R. e. (27 de agosto de 2015). *PuroMarketing*. Obtenido de PuroMarketing: <http://www.puromarketing.com/88/25196/hacen-redes-sociales-padres.html>

Revista Semana. (2015). Colombia, el país de los 'smartphones'. *Revista Semana* .

ESCALANTE, E. S. (2014). *INFLUENCIA DE LA TECNOLOGIA EN LA FAMILIA*.

Céspedes, A. F. (17 de diciembre de 2012). *Sura*. Obtenido de Sura: <https://www.sura.com/blogs/mujeres/habitos-consumo-colombia.aspx>

Perez, L. V. (2003). Estudio del alcance de la implantación de tecnologías de información como apoyo al mejoramiento de los procesos en las pequeñas y medianas empresas del sector. Bogotá DC , Colombia.

Ministerio de Industria y Turismo . (29 de Septiembre de 2017). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo* . Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo : http://www.mincit.gov.co/publicaciones/637/abc_del_tratado_de_libre_comercio_entr_e_colombia_y_estados_unidos

searates.com. (s.f.). *SEARATES*. Obtenido de SEARATES: <https://www.searates.com/es/reference/portdistance/?>

Castro, F. (4 de agosto de 2011). *portafolio.com*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/gobierno-elimina-aranceles-productos-tecnologicos-128528>

Expomedical. (2018). *expomedical.com*. Obtenido de <http://www.expomedical.com.ar/la-expo/>

Mincomercio, industria y turismo. (s.f.). *mincit.gov.co*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/publicaciones/18053/antecedentes_-_atpdea

SEARATES.COM. (2017). *searates.com*. Obtenido de https://www.searates.com/es/reference/portdistance/?A=ChIJD3JAuHieRo4RuOG4qKKpY5I&K=ChIJ291STu8oRI4RcqxwksPWL3I&shipment=3&wagon=CP&product=&weight=300&volume=1&weight_unit=KG&volume_unit=CBM&container=20st&mode=&

SEARATES.COM. (2017). *searates.com*. Obtenido de https://www.searates.com/es/reference/portdistance/?K=ChIJD3JAuHieRo4RuOG4qKKpY5I&A=ChIJR0IA1VBmwokR8BGfSBOyT-w&B=7767&I=2745&shipment=4&wagon=CP&product=&weight=300&volume=1&weight_unit=KG&volume_unit=CBM&container=20st&mode=&

DIAN. (s.f.). *dian.gov.co*. Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

Aparejadorivan. (s.f.). *Aparejadorivan*. Obtenido de Aparejadorivan: <https://aparejadorivan.com/>

Vitrinas antioquia. (s.f.). *www.vitrinasantioquia.com*. Obtenido de <http://www.vitrinasantioquia.com>

Alkosto hiperahorro. (s.f.). *www.alkosto.com*. Obtenido de <http://www.alkosto.com/>

Muebles jamar. (s.f.). *www.jamar.com*. Obtenido de <http://www.jamar.com>

Grupo exito. (s.f.). *www.exito.com*. Obtenido de <http://www.exito.com>

Homecenter. (s.f.). *www.homecenter.com.co*. Obtenido de <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/>

Alparejadorivan. (s.f.). *www.alparejadorivan.com*. Obtenido de <https://aparejadorivan.com>

Camara de Comercio de Medellin . (2012). *www.camaramedellin.com.co*. Obtenido de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/guias/Guia--13---2012.pdf>

Jobomas. (s.f.). *www.co.jobomas.com*. Obtenido de https://co.jobomas.com/urgente-contador-bilingue_iid_116405233?utm_source=jobrapido&utm_medium=xml&utm_campaign=xml&utm_content=xml-avisos

Silva, F. F. (s.f.). *www.monografias.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos94/caracteristicas-y-funciones-direccion-equipos-comerciales-actualidad/caracteristicas-y-funciones-direccion-equipos-comerciales-actualidad2.shtml>

Garcia, J. (21 de Enero de 2015). *www.es.slideshare.net*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/JavierGarca23/perfil-de-cargo-del-gerente-de-ventas-43764927>

computrabajo. (s.f.). *www.computrabajo.com.co*. Obtenido de <https://www.computrabajo.com.co/empresas/ofertas-de-trabajo-de-pueblo-viejo-country-club-3C8449444F528ACA>

MINTRABAJO. (s.f.). *www.mintrabajo.gov.co*. Obtenido de <http://www.mintrabajo.gov.co/atencion-al-ciudadano/tramites-y-servicios/mi-calculadora>

Sectorial. (2014). *www.sectorial.co*. Obtenido de <https://www.sectorial.co/hardware-y-software#%C3%ADndices>

Actualicese. (05 de Enero de 2017). *actualicese.com*. Obtenido de <https://actualicese.com/actualidad/2016/12/29/tarifa-general-del-impuesto-de-renta-para-personas-juridicas-sera-del-34-en-2017/>

Gerencie.com. (05 de Octubre de 2017). *www.gerencie.com*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/margen-de-contribucion.html>

Economipedia. (s.f.). *economipedia.com*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Vaquiroy, J. D. (23 de Febrero de 2010). *www.pymesfuturo.com*. Obtenido de <https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>