



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DESTINADOS A LA
PUERICULTURA EN MEDELLIN.**

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

SANTIAGO HENAO DÍEZ

SARA JARAMILLO MONTOYA

LUISA MOSCOSO ROLDAN

MARIANA OBANDO GARCÍA

PROFESOR GUÍA: VICTOR SALDARRIAGA ROMERO

2015

AGRADECIMIENTOS

Han sido tres años de esfuerzo, dedicación y compromiso, agradecemos a todos los maestros involucrados en nuestro proceso de aprendizaje pues sus enseñanzas fueron pieza clave para la realización de este trabajo.

A nuestros compañeros de equipo mil gracias por demostrar su responsabilidad, a nuestro profesor guía por estar siempre dispuesto a resolver nuestras inquietudes y servirnos de apoyo en el desarrollo de este trabajo.

A todos y cada uno de nuestros padres por el patrocinio económico, por depositar su confianza en nosotros, por el apoyo brindado y por significar una fortaleza para continuar en nuestro camino de formación profesional.

A la universidad por apostarle a una educación de calidad, por dictar sus programas de forma coherente y enfocada al pensamiento empresarial permitiéndonos ser profesionales más competentes.

Medellín, Noviembre 15 del 2015

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	ii
LISTA DE FIGURAS.....	ix
LISTA DE TABLAS.....	x
LISTA DE SÍMBOLOS.....	xiv
LISTA DE ANEXOS.....	xv
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS.....	xvi
GLOSARIO.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	xx
CAPITULO I: INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	
1.1 Nombre de la Empresa y Marca.....	1
1.1.1 Nombre de la Empresa.....	1
1.1.2 Marca de la Empresa.....	2
1.2 Tipo de Empresa.....	4
1.3 Descripción de la Empresa.....	5
1.3.1 Concepto y tipo de Negocio.....	5
1.3.2 Tamaño de la Empresa.....	5
1.3.3 Sector Económico.....	6
1.3.4 Código CIU.....	7
1.3.5 Ubicación de la Empresa.....	7

1.4 Misión y Visión de la Empresa.....	8
1.4.1 Misión.....	8
1.4.2 Visión.....	8
1.5 Relación Productos y/o Servicios.....	8
1.5.1 Almohada Ergonómica con Altavoces.....	9
1.5.2 Protector de Esquinas para Muebles.....	11
1.5.3 Cuchara con indicador de Temperatura.....	12
1.5.4 Tetina Adaptable a Cualquier Base.....	14
1.6 Ventajas Competitivas.....	15
1.7 Trámites y Costos.....	16
 CAPITULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR	
2.1 Análisis Entorno.....	17
2.2 Análisis Sector o Industria.....	19
 CAPITULO III: ANÁLISIS DEL MERCADO	
3.1 Objetivos de Mercadeo.....	24
3.1.1 Objetivos a Corto Plazo.....	24
3.1.2 Objetivos a Mediano Plazo.....	24
3.1.3 Objetivos a Largo Plazo.....	24
3.2 Mercado meta de los Bienes y/o Servicios.....	24
3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios.....	26
3.3.1 Parejas con Hijos entre los 0 a los 4 años	26
3.3.2 Población en General.....	26
3.4 Cuantificación de los Clientes Potenciales de Bienes y/o Servicios.....	28

3.4.1 Parejas con Hijos entre los 0 a los 4 años.....	28
3.4.2 Población en General.....	32
3.5 Mercado Competidor.....	34
3.5.1 Johnson’s Baby.....	34
3.5.2 Falabella.....	35
3.5.3 Baby Panda.....	36
3.5.4 OKBEBÉ.....	37
3.6 Mercado Distribuidor.....	39
3.6.1 Distribución Directa.....	39
3.6.2 Distribución a través de terceros.....	39
3.7 Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación.....	41
3.7.1 Comunicación.....	41
3.7.2 Actividades de Promoción y Divulgación.....	41
3.8 Plan de Ventas.....	42
3.8.1 Plan de Ventas Mensual.....	42
3.8.2 Proyección de la Demanda a 5 años.....	47
3.8.3 Plan de Ventas Mensual por Internet.....	50

CAPITULO IV: ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados Comerciales.....	52
4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios.....	52
4.2.1 Tetina Adaptable a Cualquier Base.....	52
4.2.2 Cuchara con Indicador de Temperatura.....	53
4.2.3 Protector de Esquinas para Muebles.....	53
4.2.4 Almohada Ergonómica con Altavoces.....	54

4.3 Requisitos y Vistos Buenos.....	55
4.3.1 Protector de Esquinas para Muebles.....	56
4.4 Capacidad Exportadora/Capacidad Importadora.....	56
4.4.1 Tetina Adaptable a Cualquier Base.....	56
4.4.2 Cuchara con Indicador de Temperatura.....	57
4.4.3 Protector de Esquinas para Muebles.....	58
4.4.4 Almohada Ergonómica con Altavoces.....	59
4.5 Participación en Ferias Especializadas.....	59
4.6 Rutas de Acceso.....	62
4.7 Liquidación de Costos de Importación.....	63

CAPITULO V: ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

5.1 Estructura Organizacional del negocio.....	71
5.1.1 Organigrama Estructura Organizacional.....	71
5.1.2 Organigrama Estructura Personal.....	72
5.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados.....	76
5.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio.....	78
5.2.1 Locaciones Empresa.....	78
5.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	79
5.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por Area.....	83
5.2.4 Requerimientos de Servicios por Area.....	90

CAPITULO VI. ANÁLISIS LEGAL

6.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.....	98
---	----

CAPITULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO

7.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad.....	99
7.1.1 Tasa de Rentabilidad de la Industria.....	99
7.1.2 Tasa Libre De Riesgo.....	99
7.1.3 Tasa de rentabilidad Esperada Como Inversionista, Teniendo en Cuenta Las Tasas Anteriores.....	100
7.1.4 Impuesto sobre la Renta y el CREE.....	100
7.1.5 % de Margen de Contribución sobre costo unitario del Producto para definir los Precios de Ventas.....	101
7.2. Aportes de Capital de los Socios.....	102
7.3 Créditos y Préstamos Bancarios.....	104
7.3.1 Tabla de amortización del préstamo de la empresa por año.....	104
7.4 Precios de los Productos.....	105
7.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos.....	105
7.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos.....	105
7.5 Análisis Financiero.....	106
7.5.1 Ingresos.....	106
7.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio.....	106
7.5.2 Egresos.....	107
7.5.2.1 Inversiones.....	107
7.5.2.2 Costos Fijos y Variables.....	107
7.5.3. Analisis de Punto de Equilibrio.....	110
7.5.4 Analisis Financiero Anual y Proyectado.....	111

7.5.4.1 Estado de Perdida y Ganancias.....	111
7.5.4.2 Flujo de Caja, VPN, TIR – Primer Año.....	111
7.5.4.3 Flujo de Caja, VPN, TIR – Proyectado.....	113
7.5.4.4. Payback Descontado.....	115

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.1 Logo de la marca dulce cuidado	3
Figura 1.2 Logo de la marca Chuchú	4
Figura 1.3 Subsector comercial – Cosméticos y productos de aseo.....	7
Figura 1.4 Representación Gráfica de la Almohada Ergonómica con Altavoces.....	10
Figura 1.5 Representación Gráfica de los Protectores de Esquinas para Muebles.....	12
Figura 1.6 Representación Gráfica de la Cuchara con Indicador de Temperatura.....	13
Figura 1.7 Representación Gráfica de la Tetina Adaptable a Cualquier Base.....	14
Figura 2.1 Ventas del sector aseo personal, cosméticos y perfumería, mayo 2015	20
Figura 2.2. Principales empresas del sector de Cosméticos y Aseo Personal.....	23
Figura 3.1 Ubicación Geográfica de Medellín.....	27
Figura 3.2 Principales Centros Comerciales de la Ciudad de Medellín.....	27
Figura 3.3 Participación en el mercado de las empresas analizadas.....	39
Figura 3.4 Logo de la empresa.....	41
Figura 3.5 Nacimientos por mes.....	43
Figura 3.6 Dinámica de compras de los hogares Colombianos.....	45
Figura 3.7 Comportamiento de los productos según el mes.....	47
Figura 4.1 Rutas de acceso marítimo China-Colombia.....	62
Figura 4.2 Rutas de acceso vía aérea China-Colombia.....	62
Figura 5.1 Organigrama por Áreas Baby Stuff.....	71
Figura 5.2 Organigrama por Personal Baby Stuff.....	73

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.1 Verificación del nombre de la empresa en el RUES.....	1
Tabla 1.2 Verificación de la marca Dulce Cuidado en la OMPI	2
Tabla 1.3 Verificación de la marca Chuchú en la OMPI.....	3
Tabla 1.4 Ficha Técnica de la Almohada Ergonómica con Altavoces.....	10
Tabla 1.5 Ficha Técnica del Protector de Esquinas para Muebles.....	11
Tabla 1.6 Ficha Técnica de la Cuchara con Indicador de Temperatura.....	13
Tabla 1.7 Ficha Técnica de la Tetina Adaptable a Cualquier Base.....	15
Tabla 1.8 Relación de Trámites y Costos de Constitución de Empresa.....	16
Tabla 2.1 Balanza Comercial Colombiana a Mayo de 2015.....	18
Tabla 2.2. Participación del sector en la economía entre los años 2000 – 2011	22
Tabla 3.1 Matriz de estudio del mercado meta.....	25
Tabla 3.2 Relación de datos filtrados Parejas con hijos entre los 0 a los 4 años.....	28
Tabla 3.3 Proyección de habitantes para el año 2015 en Medellín.....	29
Tabla 3.4 Estratos Socioeconómicos en Medellín.....	29
Tabla 3.5 Distribución SMMLV en estratos socioeconómicos.....	30
Tabla 3.6 Promedio de personas por familia en Colombia.....	30
Tabla 3.7 Calculo de número de familias en la ciudad de Medellín.....	31
Tabla 3.8 Población de Medellín por rango de edad de 0 a 4 años.....	31
Tabla 3.9 Número de familias con hijos entre 0 y 4 años.....	31
Tabla 3.10 Relación de Datos Filtrados Población en General de Medellín.....	32
Tabla 3.11 Personas por estrato socioeconómico según grupo de edad.....	33
Tabla 3.12 Calculo de posibles compradores en términos generales.....	33

Tabla 3.13 Características de la empresa Johnson y Johnson.....	34
Tabla 3.14 Cálculo participación de Johnson y Johnson en el mercado.....	35
Tabla 3.15 Características de la empresa Falabella (Línea infantil).....	35
Tabla 3.16 Características de la empresa Galeón Importaciones S.A.S (Baby Panda).....	36
Tabla 3.17 Características de la empresa OKBEBÉ.....	37
Tabla 3.18 Participación en el mercado de Baby Stuff.....	38
Tabla 3.19 Características de los principales distribuidores.....	40
Tabla 3.20 Relacion de actividades y gastos de publicidad.....	42
Tabla 3.21 Participación Porcentual de cada mes según los nacimientos por año.....	44
Tabla 3.22 Demanda mensual porcentual de Baby Stuff Ltda	45
Tabla 3.23 Representacion porcentual y de cantidades.....	46
Tabla 3.24 Porcentaje de crecimiento año 2016 de Baby Stuff Ltda.....	48
Tabla 3.25 Porcentaje de crecimiento año 2017 de Baby Stuff Ltda.....	48
Tabla 3.26 Porcentaje de crecimiento año 2018 de Baby Stuff Ltda.....	49
Tabla 3.27 Porcentaje de crecimiento año 2019 de Baby Stuff Ltda.....	49
Tabla 3.28 Porcentaje de crecimiento año 2020 de Baby Stuff Ltda.....	50
Tabla 3.29 Plan de Ventas Online Baby Stuff Ltda.....	51
Tabla 4.1 Subpartida Arancelaria Tetina Adaptable a Cualquier Base.....	52
Tabla 4.2 Subpartida Arancelaria Cuchara con Indicador de Temperatura.....	53
Tabla 4.3 Subpartida Arancelaria Protector de Esquinas para Muebles.....	54
Tabla 4.4 Subpartida Arancelaria Almohada Ergonómica con Altavoces.....	55
Tabla 4.5 Cotización Tetina Adaptable a Cualquier Base.....	57
Tabla 4.6 Cotización Cuchara con Indicador de Temperatura.....	57

Tabla 4.7 Capacidad exportadora ajustada a la empresa.....	58
Tabla 4.8 Cotización Protector de Esquinas para Muebles.....	58
Tabla 4.9 Cotización Almohada Ergonómica con Altavoces.....	59
Tabla 4.10 Costos de asistencia a Feria Puericultura Madrid.....	60
Tabla 4.11 Cotización feria Puericultura Madrid 2015.....	61
Tabla 4.12 Cotización tiquetes aéreos.....	61
Tabla 4.13 Relación de pedidos mensuales al proveedor.....	63
Tabla 4.14 Liquidación de Importación.....	64
Tabla 4.15 Comparación costo DDP VS precio de la competencia.....	65
Tabla 4.16 Cotización proveedor VALUEDER.....	66
Tabla 4.17 Cotización Vanguard Logistic Services.....	67-70
Tabla 5.1 Funciones por área de la empresa Baby Stuff Ltda.....	72
Tabla 5.2 Funciones del Personal Vinculado a la empresa.....	74-75
Tabla 5.3 Funciones por Personal outsourcing.....	76
Tabla 5.4 Liquidación salarios empleados Baby Stuff.....	77-78
Tabla 5.5 Características Locaciones de Baby Stuff Ltda.....	79
Tabla 5.6 Equipos, software, muebles y enseres Baby Stuff Ltda.....	80-82
Tabla 5.7 Materiales e Insumos por área.....	83-90
Tabla 5.8 Requerimientos de Servicio por Área.....	90
Tabla 5.9 Cotización Acueducto.....	91
Tabla 5.10 Cálculo acueducto y alcantarillado.....	92
Tabla 5.11 Cotización energía EPM.....	93
Tabla 5.12 Cálculo Energía.....	94

Tabla 5.13 Cotización telefonía e Internet.....	95
Tabla 5.14 Cotización de seguridad.....	96
Tabla 5.15 Cotización de servicios Universal Service.....	97
Tabla 7.1 Tasas CDT	99
Tabla 7.2 Estado de Resultados Baby Stuff, Impuesto sobre la Renta.....	101
Tabla 7.3 Precios Baby Stuff con Margen de Contribución.....	102
Tabla 7.4 Gastos per-operativos Baby Stuff Ltda.....	103
Tabla 7.5 Valor del camión liviano llevado como inversión disponible.....	103
Tabla 7.6 Información entidad financiera.....	104
Tabla 7.7 Información del préstamo con la entidad financiera.....	104
Tabla 7.8 Amortización del préstamo en años.....	105
Tabla 7.9 Precios de los productos basado en los costos de la empresa.....	106
Tabla 7.10 Ventas de los productos.....	106
Tabla 7.11 Inversiones Baby Stuff.....	107
Tabla 7.12 Costos Variables por Producto.....	108
Tabla 7.13 Costos Fijos de Producción.....	108
Tabla 7.14 Costos Fijos de Administración.....	109
Tabla 7.15 Costos Fijos de Comercialización y Ventas.....	109
Tabla 7.16 Resumen costos Baby Stuff.....	110
Tabla 7.18 Flujo de Caja Primer Año.....	110
Tabla 7.19 Tasa Esperada, VPN y TIR.....	113
Tabla 7.20 Flujo de Caja (Anual y 5 Años) y Evaluación Financiera.....	114
Tabla 7.21 Payback Descontado Baby Stuff Ltda.....	115

LISTA DE SÍMBOLOS

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 Cotizaciones equipos, software, muebles y enseres Baby Stuff Ltda.....123

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

CONFECÁMARAS: Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio.

DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística

ICBF: Instituto Colombiano de Bienestar Familiar

LTDA: Limitada.

MINCIT: Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

OMPI: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

RAE: Real Academia Española.

RUES: Registro Único Empresarial y Social.

SMMLV: Salario Mínimo Mensual Legal Vigente.

TIC: Tecnologías de la Información y Comunicación.

SIC: Superintendencia de Industria y Comercio

IFEMA: Institución Ferial de Madrid.

GLOSARIO

Homonimia: Igualdad de nombre entre dos personas o cosas. (Word Reference)

Puericultura: Ciencia que se ocupa del sano desarrollo del niño. (RAE)

Tetina: Pezón de goma que se pone al biberón. (Word Reference)

Retail: Mercado al por menor o detallista. (Wikipedia)

ABSTRACT

Nowadays in Colombia, more than 800 babies are born every month, according to numbers of Propais, this shows the big potential the sector of the industrial products to this little ones has. Take advantage of this opportunity means an increase in the level of active organizations in Colombia and other option of buying to the families, without mentioning the jobs created and the benefits to the government.

The present work shows the research about how to take advantage of the opportunity in the market of the baby care through the import and merchandising of four products thought for this purpose. The given information shows the process of the creation of the company and all the things involve in it.

Are analyzed topics such as the pre-operative procedures to the running of the company, also the financial analysis of the expenses that would leave having the company in full operation, and if the company is or is not ready to hold the operation of import and merchandising and also give the business associate money.

The given results at the end of this research are, in general terms, that Baby Stuff Ltda carrying out the principal economic activity and with sells directly and indirectly and by internet the level of sales design by the company is reach and the point of balance is overcome in all the products which generates earnings to the company, what also shows the annual increase should keep raising so the cash flow and the estate of results keeps positive and this turn in the diversification of the briefcase of sales and the investment for the company.

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente nacen en Colombia más de 800 mil niños mensualmente, según cifras de Propaís, esto muestra el gran potencial que tiene el sector de la industria dedicado a los productos para estos pequeños. Aprovechar esta oportunidad significa un aumento en el nivel de organizaciones activas en Colombia y otra opción de compra para las familias, sin mencionar el empleo generado y los beneficios para el gobierno.

El presente trabajo mostrará la investigación acerca de cómo aprovechar la oportunidad en el mercado del cuidado de los bebés por medio de la importación y comercialización de cuatro productos pensados para este propósito. La información recolectada muestra el proceso que se da en la creación de empresa y todo lo que esto conlleva.

Se tocan temas desde los trámites pre-operativos para el funcionamiento de la empresa hasta un análisis financiero de los gastos que llevaría tener la empresa en pleno funcionamiento y si esta es o no rentable tanto para soportar la operación de importación y comercialización como para dar dividendos a los socios.

Los resultados encontrados al final de esta investigación son en términos generales, que Baby Stuff Ltda llevando a cabo la principal actividad económica, y con ventas tanto directas como indirectas y por internet se cumple el plan de ventas diseñado para la empresa, llegando a superar punto de equilibrio en todos los productos lo que genera ganancias para la empresa, pero que a su vez muestra que el crecimiento anual de la misma debe ir en aumento para que el flujo de caja y el estado de resultados continúe positivo para que esto a su vez se traduzca en la diversificación del portafolio de ventas y la inversión para la empresa.

INTRODUCCIÓN

El recibimiento de un nuevo miembro en la familia se presenta millones de veces anualmente en Colombia, más de 10 millones al año. Esto provoca que las familias se vean inmersas en una serie de gastos con el propósito de asegurar la protección y supervivencia del menor. Anualmente esta cifra continúa subiendo, lo que representa una gran ventaja para las empresas comercializadoras de productos para bebés. Baby Stuff Ltda es una de estas empresas que se dedica a la importación y comercialización de productos para bebés en la ciudad de Medellín.

Este trabajo se realizó con dos propósitos, uno de ellos fue para tener una mirada de cerca a la realidad en Colombia de crear una empresa con todos los rubros y gestiones y demás aspectos que esto conlleva, el segundo propósito fue que por medio de un buen desenvolvimiento de la información encontrada y un buen análisis de la misma se optara para el título de Tecnólogo en Comercio Internacional.

Para lograr lo anterior se desarrolló un trabajo de forma coherente acerca de todo lo que conlleva crear una empresa, las inversiones, gestiones y búsqueda de diferentes actores en la cadena de abastecimiento para que al final de toda esta cadena, cuando el producto esté en manos del cliente final se den ingresos para la empresa y beneficios para los socios.

El trabajo se desarrolló por medio de siete capítulos como se describe a continuación

El capítulo 1 trata de la información general de la empresa, nombre, misión y visión, tipo de empresa, ventajas competitivas y los trámites y costos para comenzar una empresa.

El capítulo 2 presenta un análisis profundo sobre el sector y el entorno en el que Baby Stuff Ltda se encuentra y todas las características del mismo.

El capítulo 3 despliega un estudio sobre los objetivos del mercado, así como el mercado meta al que se espera llegar, el perfil del mismo y un filtro de cuantificación de lo que sería el mercado al que la empresa llegaría. También el mercado distribuidor, plan de ventas, entre otros aspectos.

El capítulo 4 toca el tema de comercio exterior de la empresa, las características arancelarias de cada producto, las vías de entrada y salida del país proveedor, características necesarias para importar de este, y se finaliza con la liquidación de la importación.

El capítulo 5 trata de la estructura organizacional del negocio, los perfiles necesarios para darle continuidad al negocio, el organigrama de la compañía y requerimientos de la empresa y los costos de la misma.

El capítulo 6 toca los temas de requisitos legales para el funcionamiento de la empresa.

Finalmente el capítulo 7 muestra el análisis financiero hecho a la empresa y si esta, con el desarrollo de su actividad principal puede ser o no rentable.

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 Nombre De La Empresa Y Marca.

1.1.1 Nombre de la empresa:

Basados en el portafolio de productos previamente elegido y en la actividad principal a la cual se dedicará la empresa, se eligió el nombre: “Importaciones Baby Stuff Ltda.”. En la Tabla 1.1 se muestra la disponibilidad a nivel nacional del nombre seleccionado para la sociedad, consultado en el RUES, herramienta para la consulta de Homonimia de Confecámaras.

El nombre Baby Stuff se deriva del inglés Baby que traduce Bebé y Stuff que traduce Cosas. Por lo cual la traducción del nombre es “Cosas para bebés”.

En este sentido, Importaciones Baby Stuff Ltda. Se dedicará a la importación y comercialización de productos destinados al cuidado y sano desarrollo de los menores de 0 a 4 años.

Tabla 1.1 Verificación del nombre de la empresa en el RUES.

The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there is a navigation bar with the RUES logo and the text "Registro Único Empresarial y Social Cámaras de Comercio". To the right is the Confecámaras logo. Below the navigation bar, there are tabs for "Inicio", "Consultas", "Veedurías", and "Servicios Virtuales". A user profile icon labeled "Acceso privado" is visible. The main content area features a heading "Realice aquí su consulta empresarial o social" and a sub-heading "Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades." Below this, there are five search criteria buttons: "Razón Social Nombre", "Razón Social Palabra Clave", "Número de Identificación", "Matrícula Mercantil", and "Registro Nacional de Turismo". The "Razón Social Palabra Clave" button is selected. A text input field contains "IMPORTACIONES BABY STUFF LTDA" and a "Consultar" button is next to it. Below the search form, a yellow warning banner reads: "Advertencia: La consulta por Palabra Clave no ha retornado resultados".

Fuente: Confecámaras, 2015

1.1.2. Marca de la empresa:

El portafolio de productos se dividirá en dos marcas:

-Dulce cuidado:

Esta línea de productos se especializa en la protección y bienestar del menor. Bajo esta marca se comercializarán los siguientes productos: Almohada ergonómica con altavoces y protector de esquinas para muebles. En la tabla 1.2 se muestra la disponibilidad del nombre para la línea de productos Dulce Cuidado en la OMPI. En la figura 1.1 se muestra el logo de la marca.

Tabla 1.2 Verificación de la marca Dulce Cuidado en la OMPI.



The screenshot shows a search interface with the following elements:

- Search bar: "BUSQUEDA ACTUAL" with two input fields containing "MARCA:(dulce cuidado) *" and "MARCA:(DULCE AND CUIDADO) *".
- Navigation: "1 - 4 / 4", "TMview", and "Visualizar: 30 por página".
- Table with columns: Marca, Fuente, Situación, Resultado, Origen, Titular, and Número.
- Table content (4 rows):
 - Row 1: UN *DULCE CUIDADO* A TU SALUD, MX TM, Activo, 3, MX, RAUL BUSTAMANTE ASCENCIO, 0319850054133
 - Row 2: UN *DULCE CUIDADO* A TU SALUD, MX TM, Activo, 3, MX, RAUL BUSTAMANTE ASCENCIO, 0319850054131
 - Row 3: UN *DULCE CUIDADO* A TU SALUD, MX TM, Activo, 3, MX, RAUL BUSTAMANTE ASCENCIO, 0319850054132
 - Row 4: UN *DULCE CUIDADO* A TU SALUD MUNDO LIGHT, MX TM, Activo, 3, MX, RAUL BUSTAMANTE ASCENCIO, 0119851505017
- Footer: "1 - 4 / 4", "Visualizar: 30 por página".

Fuente: OMPI, 2015.

Figura 1.1 Logo de la marca Dulce cuidado.



Fuente: Elaboración Propia.

-Chuchú:

Los productos comprendidos dentro de ésta marca son artículos que asisten la adecuada alimentación de los menores, entre ellos se destacan: Cuchara con indicador de temperatura y Tetina que se adapta a cualquier base. En la tabla 1.3 se muestra la disponibilidad del nombre de la marca Chuchú en la OMPI. En la figura 1.2 se muestra el logo de la marca.

Tabla 1.3 Verificación de la marca Chuchú en la OMPI.

BÚSQUEDA ACTUAL							
MARCA:CHUCHÚ ✕							
1 - 11 / 11	TMview	Visualizar: 30	por página	opción			
Marca	Fuente	Situación	Resultado	Origen	Titular	Número	
<input type="checkbox"/> CHUCHU	US TM	Inactivo	14	US	Chu, Chung Ying	78840779	
<input type="checkbox"/> CHUCHU	BN TM	Inactivo	14	BN	-	014584	
<input type="checkbox"/> CHUCHU	SG TM	Inactivo	14	SG	L & C ENTERPRISE	T8101984D	
<input type="checkbox"/> CHUCHU	SG TM	Activo	14	SG	L & C ENTERPRISE	T8002323F	
<input type="checkbox"/> CHU-CHU	PH TM	Inactivo	11	PH	DYNAMIC DISTRIBUTORS & SALES INC.	41983052703	
<input type="checkbox"/> CHUCHU TV	US TM	Pendiente	9	US	ChuChu TV Studios	86701237	
<input type="checkbox"/> CHUCHU ROCKET	US TM	Activo	9	US	SEGA GAMES CO., LTD.	77638205	
<input type="checkbox"/> DON CHUCHU	US TM	Activo	9	US	Thompson & Co. of Tampa, Inc.	78370340	
<input type="checkbox"/> CHUCHU ROCKET	US TM	Inactivo	9	US	KABUSHIKI KAISHA SEGA	75922049	
<input type="checkbox"/> CHU-CHU	US TM	Inactivo	9	US	JEX CO., LTD.	72461212	
<input type="checkbox"/> ME APLASTASTES MI CHUCHU	MX TM	Activo	7	MX	RALF J. HOLLMANN ZIMMERMANN	0319850027675	

Fuente: OMPI, 2015

Figura 1.2 Logo de la marca Chuchú.



Fuente: Elaboración Propia.

1.2 Tipo de Empresa

Se definió que el tipo de sociedad más adecuado a las características de la empresa es Limitada - Ltda, de acuerdo a lo siguiente:

- Todos los socios responden hasta el monto de sus aportes, no obstante, en los estatutos podrá estipularse una mayor responsabilidad o prestaciones accesorias o garantías suplementarias.
- El capital social debe pagarse íntegramente al momento de constituirse la sociedad. Igualmente al solemnizarse un aumento del mismo.
- El capital social se divide en cuotas de igual valor.
- Los socios de la compañía no podrán exceder de veinticinco.
- La sociedad gira bajo una denominación o razón social, en ambos caso seguida de la palabra "Limitada" o de la abreviatura "Ltda."
- La representación de la sociedad le corresponde a todos y a cada uno de los socios, los cuales podrán delegar la administración y la representación en un gerente, fijándole de manera clara y precisa sus atribuciones.
- Cada socio tendrá tantos votos como cuotas posea en la compañía.
- Las reformas de los estatutos sociales, salvo estipulación en contrario, se aprueban con el voto favorable de un número plural de asociados que representen, cuando menos, el setenta por ciento de las cuotas en que se divide el capital social.
- La cesión de cuotas constituye una reforma de estatutos, la cual debe elevarse a escritura pública, so pena de ineficacia y otorgarse por el representante legal, el cedente y el cesionario.
- Los socios tienen el derecho de examinar en cualquier tiempo, por si o por medio de un representante, los libros y papeles de la sociedad.

- Debe constituir una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital, formada con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio.
- Se disuelve además de las causales generales de disolución, cuando ocurran pérdidas que reduzcan el capital social por debajo del cincuenta por ciento o cuando el número de socios exceda de veinticinco. (Código de Comercio, 1971).

Comparando el tipo de sociedad escogido (limitada) frente a la sociedad anónima, se puede decir que este último no se adapta al modelo de empresa creado por las siguientes razones:

- No podrá constituirse ni funcionar con menos de cinco accionistas.
- Las acciones de la compañía pueden ser ordinarias o privilegiadas.
- El pago de las acciones puede realizarse con bienes distintos al dinero, para lo cual debe realizarse el correspondiente avalúo.
- A cada suscriptor de acciones se le expide un título o títulos que justifiquen su calidad de tal.
- Las acciones son libremente negociables, salvo excepciones.
- La sociedad se disolverá por las causales generales de disolución y por las especiales establecidas para tipo de compañía, entre las cuales tenemos cuando ocurran pérdidas que reduzcan el patrimonio neto por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito y cuando el noventa y cinco por ciento o más de las acciones suscritas llegue a pertenecer a un solo accionista. (Código de Comercio, 1971)

1.3 Descripción de la Empresa

1.3.1 Concepto y tipo de negocio:

Importaciones Baby Stuff Ltda. Será una sociedad comercial dedicada inicialmente a la importación y comercialización de productos destinados a la puericultura en la ciudad de Medellín.

1.3.2 Tamaño de la Empresa:

En Colombia existen leyes y regulaciones que se encargan de denominar el tamaño de las empresas en el país, de manera que resulte más fácil para el Gobierno valorizar su contribución económica y social. Partiendo de esta base y teniendo en cuenta las características administrativas, operativas y de constitución de las empresas:

Se entiende por micro, incluidas las famiempresas, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbano, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

Mediana empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes. (Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C, 2004).

Dado lo anterior, Importaciones Baby Stuff Ltda. Será reconocida como mediana empresa ya que cumplirá con los parámetros exigidos para tal denominación.

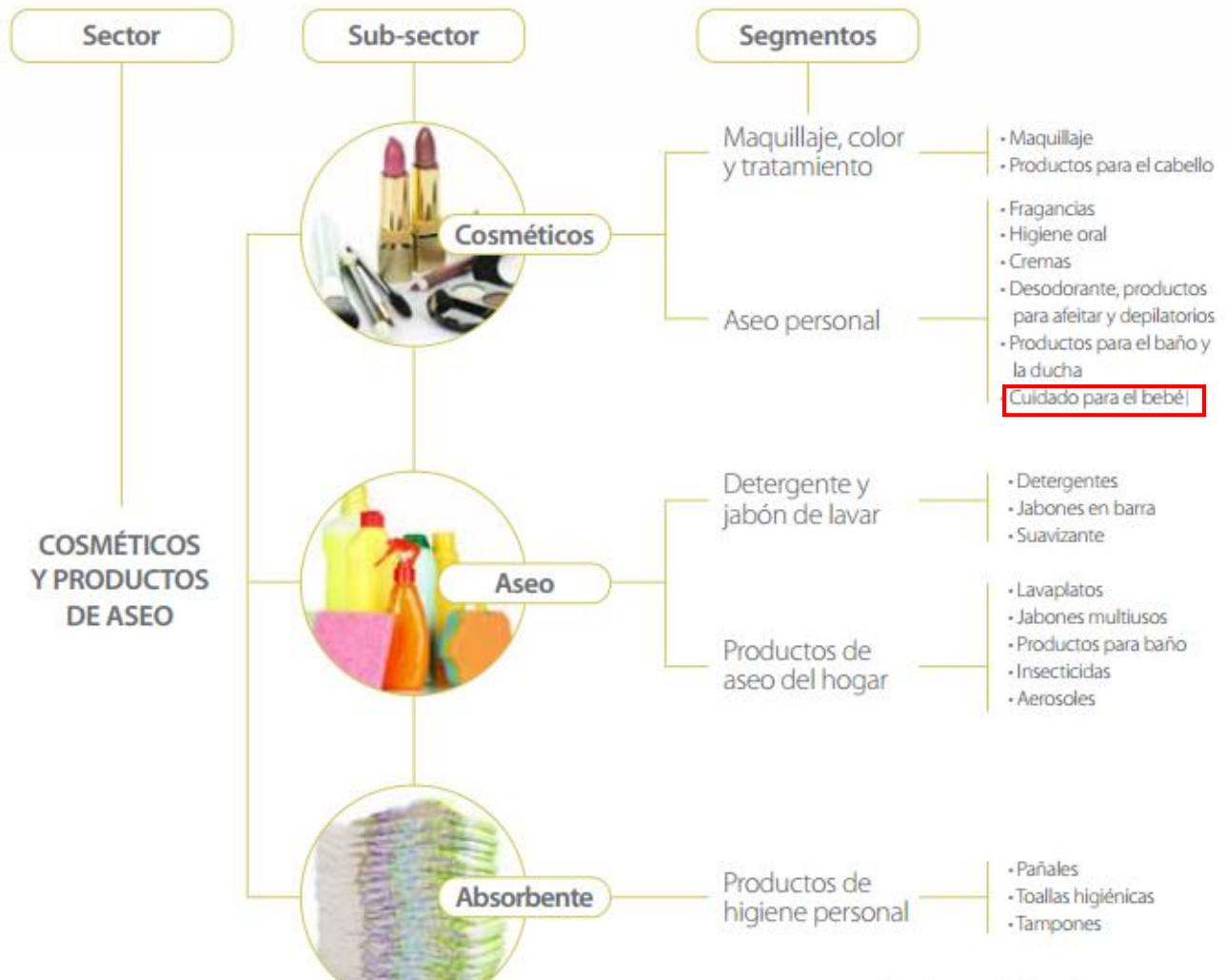
1.3.3 Sector Económico:

El sector económico dentro del cual se ubica la empresa es el sector comercial puesto que se encargará de comercializar productos diversos.

Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresitos, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional. (Subgerencia Cultural del Banco de la República, 2015).

Tal como lo muestra la figura 1.3 los productos destinados al cuidado del bebé, hacen parte del subsector de cosméticos y productos de aseo, de igual manera estos pertenecen al segmento de cosméticos – aseo personal.

Figura 1.3 Subsector comercial – Cosméticos y productos de aseo.



Fuente: Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo (2015)

1.3.4 Código CIU:

El código CIU correspondiente a la actividad principal de la empresa se encuentra en la Sección G, División 47, Grupo 475, Clase 4755 denominado como: Comercio al por Menor de Artículos y Utensilios de Uso Doméstico.

1.3.5 Ubicación de la empresa:

Importaciones Baby Stuff Ltda. Tendrá su sede administrativa y centro de distribución en el sector industrial de la avenida Guayabal, frente al Centro Empresarial Olaya Herrera.

Los almacenes para la comercialización de los productos estarán ubicados estratégicamente en los principales centros comerciales de la ciudad, estos son: Centro Comercial Mayorca, Los Molinos y Puerta del Norte.

1.4 Visión Y Misión De La Empresa

1.4.1 Misión:

Importaciones Baby stuff Ltda. Es una empresa dedicada a la importación y comercialización de productos destinados al cuidado de bebés; contamos con un equipo de trabajo competente enfocado en alcanzar los objetivos de la empresa y en satisfacer las necesidades de los padres, propiciando la seguridad y el bienestar del bebé, creando vínculos de amor fundamentales para su desarrollo.

1.4.2 Visión

Para el año 2025, Importaciones Baby Stuff Ltda. Será reconocida como una de las empresas importadoras de productos para bebé más grande del país, con un amplio portafolio de productos de alta calidad, contará con especialistas en el área de pediatría generando confiabilidad en los clientes y creando conciencia a partir de capacitaciones sobre el buen cuidado del bebé.

1.5 Relación Productos y/o Servicios

Todos los productos que se describirán a continuación cuentan con los más altos estándares de calidad y un servicio de orientación a los padres, que consiste en la realización semestral de conferencias y asesorías con pediatras y psicólogos sobre la importancia de los cuidados a los bebés y niños en sus diferentes etapas de crecimiento.

De igual manera y como estrategia de captación de clientes, se realizan periódicamente (Cada 4 meses) conferencias a mujeres en estado de embarazo que consisten en brindar conocimiento acerca de los cuidados especiales que deben tener después del parto, dando a conocer a su vez los diferentes productos que la empresa ofrece.

Además de lo descrito anteriormente, Baby Stuff contará con un aplicativo móvil para smartphones y tablets, esta plataforma servirá como tienda virtual, en donde los padres pueden

realizar sus pedidos a domicilio e incluso podrán personalizar los productos que deseen comprar desde el momento en que sepan el género de su bebé.

1.5.1 Almohada Ergonómica con Altavoces:

La almohada musical Dulce Cuidado ayuda al bebé a disfrutar de una placentera noche de sueño estimulando por medio de la música sus capacidades auditivas y cognitivas mientras duerme. Las capacidades cognitivas se definen como:

“aquellas que se refieren a lo relacionado con el procesamiento de la información, esto es la atención, percepción, memoria, resolución de problemas, comprensión, establecimientos de analogías entre otras” (Accesibilidad y Capacidades Cognitivas, 2015).

Además de esto, brinda a los padres la seguridad de que su pequeño está cómodo gracias a la estructura ergonómica de la almohada, es un recurso que ayuda a que su bebé concilie el sueño más rápidamente y de igual manera evita repetidas interrupciones del sueño en la noche.

La almohada incluye dos pequeños altavoces que se pueden manejar de dos maneras:

- Conectando un reproductor por medio del conector.
- Configurando su uso vía Bluetooth.

De esta manera los padres pueden colocar la música de su preferencia para su bebé. (Los altavoces incluyen manual de instrucciones).

Este producto tiene 1 año de garantía válida solo por daños técnicos de los altavoces.

La figura 1.4 muestra la representación gráfica de la almohada ergonómica. La tabla 1.4 muestra la ficha técnica.

Figura 1.4 Representación gráfica de la Almohada Ergonómica con Altavoces.



Fuente: Google Imágenes

Tabla 1.4 Ficha Técnica de la Almohada Ergonómica con Altavoces.

FICHA TÉCNICA	
Nombre Comercial	Almohada musical Dulce Cuidado
Nombre Técnico	Almohada Ergonómica con Altavoces
Medidas	0,27 x 0,33 x0,03 cm
Materiales Funda	Tejido no tejido de propileno Spunbond
Materiales Interior	50% Fibra 50% Algodón Altavoces de 5 cm incorporados
Colores	Varios
Peso	0,025 kg
Duración batería altavoces	Con uso recurrente de 3 a 4 meses
Especificaciones de almacenamiento	Mantengase en un lugar fresco

Fuente: Elaboración Propia.

1.5.2. Protector de Esquinas para Muebles:

Los protectores de esquina Dulce Cuidado están diseñados para evitar que el bebé o el menor se golpee con las puntas de los muebles que tiene en su habitación o en las demás habitaciones del hogar. Así, se evitan accidentes que pueden atentar gravemente contra la integridad física del pequeño.

Los protectores vienen con diferentes diseños de animales, que hacen un contraste perfecto en la habitación del niño/niña. Y que, además hacen más divertida la labor de cuidar de ellos.

Este producto incluye un manual de recomendaciones que consiste en mostrar los muebles que representan más riesgo para los niños y por ende orientar a los padres sobre en cuales muebles deberían ser instalados los protectores Dulce Cuidado.

En la figura 1.5 se muestra la representación gráfica del producto. En la tabla 1.5 se muestra la ficha técnica del mismo.

Figura 1.5 Representación gráfica del Protector de Esquinas para Muebles.



Fuente: Google Imágenes

Tabla 1.5 Ficha Técnica del Protector de Esquinas para Muebles.

	
FICHA TÉCNICA	
Nombre Comercial	Protectores Dulce Cuidado
Nombre Técnico	Protector de Esquinas para Muebles
Medidas	0,15 x 0,03 x 0,03 cm
Material	Plastico
Colores	Blanco, Verde, Café
Diseños	Gato, Rana, Oso
Peso	0,015 kg
Cantidad	Set x 3 Protectores

Fuente: Elaboración Propia.

1.5.3 Cuchara con indicador de Temperatura:

Las cucharas Chuchú están especialmente diseñadas para medir la temperatura de las bebidas y alimentos e indicar si es conveniente suministrarlos a los bebés. El funcionamiento de esta cuchara se centra en la punta de la misma, es decir, si los alimentos o bebidas están a una alta temperatura, la punta de la cuchara se tornará blanca permitiendo a los padres darse cuenta de esto antes de suministrar el alimento al bebé y evitando así quemaduras en los niños.

Este producto específicamente ofrece conferencias con pediatras sobre cómo pueden afectar las quemaduras a los niños en un largo plazo y como evitar éstas quemaduras. A su vez la empresa ofrece una garantía de 6 meses para este producto.

En la figura 1.6 se muestra la representación gráfica de la Cuchara. En la tabla 1.6 se muestra la Ficha Técnica del producto.

Figura 1.6 Representación Gráfica de la Cuchara con Indicador de Temperatura.



Fuente: Google Imágenes

Tabla 1.6 Ficha Técnica de la Cuchara con Indicador de Temperatura.

FICHA TÉCNICA	
Nombre Comercial	Cuchara Chuchú
Nombre Técnico	Cuchara con indicador de temperatura
Medidas	15 x 3 x 1 cm
Material	Plastico
Colores	Verde, Rosado, Morado, Amarillo, Azul, Naranja, Rojo
Peso	0,07 kg
Cantidad	Set x 2 Cucharas
Requiere Pilas	No

Fuente: Elaboración Propia.

1.5.4 Tetina Adaptable a Cualquier Base:

La tetina adaptable Chuchú es ideal para cualquier tipo de base o recipiente para bebidas, de esta manera los padres no tendrán que recurrir a comprar varios tipos de recipientes para sus diferentes usos sino que a cualquier recipiente pueden incorporarle la tetina adaptable y dar la bebida a sus niños.

Esta tetina está fabricada con látex, una goma natural que además es elástica y resistente al frío o al calor de las bebidas. El producto no tiene resinas o componentes que pueden ser peligrosos para los bebés.

La tetina adaptable Chuchú viene en diferentes colores divertidos para los pequeños. En la figura 1.7 se muestra la representación gráfica de la tetina. En la tabla 1.7 se muestra la ficha técnica de la misma.

Figura 1.7 Representación Gráfica de la Tetina Adaptable a Cualquier Base.



Fuente: Google imágenes.

Tabla 1.7 Ficha Técnica de la Tetina Adaptable a Cualquier Base.

FICHA TÉCNICA	
Nombre Comercial	Tetina adaptable Chuchú
Nombre Técnico	Tetina adaptable a cualquier base
Medidas	0,03 x 0,05 x 0,05 cm
Material	Latex y Silicona
Colores	Varios
Peso	0,009 kg
Cantidad	Paquete x 5 tetinas

Fuente: Elaboración Propia.

1.6 Ventajas Competitivas


Los productos que ofrecerá Baby Stuff resaltarán en el mercado por su alto nivel de innovación, calidad y exclusividad, con diseños únicos y fabricados con materiales aptos para el uso de bebés, además de ofrecer precios competitivos gracias a un optimizado proceso logístico; Lo que realmente distinguirá los productos de la empresa a los de la competencia es la experiencia y experticia que se ofrece a los clientes con un excelente servicio pre y post venta; charlas, capacitaciones, conferencias, etc. varios de ellos explicados en puntos anteriores.

La política central de la compañía es interactuar constantemente con los padres, escuchar e identificar sus necesidades para evaluar los procesos con el fin de asegurar una compra regular o repetida y la fidelización de los clientes. La empresa buscando crecer en el tiempo se centrará en tener presencia en tantas ciudades del país como sea posible, con una amplia investigación del mercado en cada ciudad, para así cumplir con las necesidades de los padres a nivel nacional. Se manejará un sistema de canales que ayudarán a la empresa a dar a conocer sus productos en todas las regiones.

1.7 Trámites y Costos

En la Tabla 1.8 se relacionan todos los trámites y sus respectivos costos en los que la sociedad Importaciones Baby Stuff Ltda. Incurre para su constitución legal y formalización de funcionamiento.

Tabla 1.8 Relación de Trámites y Costos de Constitución de Empresa.

 TRAMITES Y COSTOS PARA LA CREACIÓN DE BABY STUFF LTDA				
TRAMITE	COSTO	PERIODICIDAD		
Consultas previas virtuales.				
Consulta de nombre (control de homonimia).	\$ -	N/A		
Consulta de clasificación por actividad económica (Código CIIU)	\$ -	N/A		
Trámites de formalización.				
Apertura cuenta bancaria	\$ -	N/A		
Estudio uso de suelos	\$ 9,000	Cada vez que sea necesario		
Escritura pública por constitución de sociedad	\$ 102,600	N/A		
Inscripción en la Cámara de Comercio	\$ 32,000	N/A		
Formularios de Registro Único Empresarial	\$ 4,000	N/A		
Certificado de existencia y representación legal	\$ 8,000	Cada vez que sea necesario		
Trámite ante la DIAN; inscripción en el RUT (Registro Único Tributario) y asignación del NIT.	\$ -	N/A		
Constitución de sociedad comercial	\$ 34,000	N/A	Matricula Mercantil	
Matricula persona natural o jurídica	\$ 351,000	N/A		
Matricula establecimiento de comercio	\$ 108,000	N/A		
Estampillas y formularios (estampilla pro desarrollo)	\$ 19,000	N/A		
Matricula de Industria y Comercio Municipal-Subsecretaría de Rentas Municipales.	\$ -	Anual		
Impuesto de registro	\$ 75,600	N/A		
Funcionamiento y operación legal				
Adquisición de los libros de la empresa / 2 libros	\$ 12,000	Cada vez que sea necesario		C/U 6,000
Registro de los libros de comercio.	\$ 19,800	Cada vez que sea necesario		C/U 9,900
Solicitud de autorización para numeración de facturación – DIAN.	\$ -	2 Años		
Certificado de Bomberos	\$ 420,000	Anual		
Espacio publico	\$ -	1- Cada Remodelacion		
Renovación anual de la matrícula mercantil.	\$ 351,000	Anual		
Afiliación a obligaciones laborales y de seguridad social con sus trabajadores.	\$ -	Cada vez que sea necesario		
Certificado de sanidad (extintores, fumigacion e inspeccion general)	\$ -	Anual		
otros tramites complementarios				
Registro de marcas ante la Superintendencia de Industria y Comercio –SIC–.	\$ 796,000	10 años		
	\$ 2,342,000			

Fuente: Elaboración Propia.

CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1 Análisis de Entorno

Baby Stuff Ltda es una empresa constituida que en la actualidad tiene presencia comercial en Medellín y que en el futuro a mediano plazo planea tener presencia comercial en las principales ciudades de Colombia. Esto hace que de una forma u otra la empresa se vea afectada ya sea positiva o negativamente por muchos factores externos.

Entre ellos se encuentra la tasa de cambio, que en estos momentos tiene una alta volatilidad y al respecto el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2015) afirma:

Los primeros meses de 2015 confirmaron la tendencia al alza que traía el dólar estadounidense desde 2014; la moneda de los Estados Unidos se apreció con respecto a las monedas de las principales economías mundiales. En América Latina, el peso colombiano registró una de las mayores depreciaciones. En el primer trimestre de 2015, la moneda colombiana se depreció en 23%, en promedio, con respecto al mismo periodo de 2014. En este periodo, la cotización promedio fue de \$2.468 por dólar.

Con la situación actual, se presentan un aumento en los precios de los productos importados, obligando a empresas y clientes a invertir mayor cantidad de dinero para la consecución del bien. Esto afecta en gran manera a nuestra compañía ya que la gran mayoría de sus productos son de importación, afectando también a la economía Colombiana.

El Periódico La Republica (2015) añade al respecto,

En el rendimiento general del comercio exterior, el alto precio del dólar preocupa a los empresarios. El Dane reveló ayer que las importaciones continuaron cayendo en los primeros cinco meses del año y tuvieron una disminución de 10,2% al pasar de U\$25.637,7 millones a U\$23.014,1 millones.

La disminución en las importaciones refleja que debido al alza del dólar desde el comienzo del año, comprar insumos o materias primas se convierte en un proceso muy costoso al momento de pagar ya que el cambio de la moneda requiere canjear una gran cantidad de pesos colombianos por dólar americano.

El déficit presentado en el mes de mayo del año 2015 es una muestra de la respuesta negativa ante el aumento del dólar y el impacto generado en la balanza comercial colombiana. En la tabla 2.1 se muestra como los valores de la balanza comercial presentaron la característica antes

mencionada generando una disminución en comparación con el mismo periodo del año 2014. La grafica muestra los valores en millones de dólares FOB, de las exportaciones en la primera columna; las importaciones en la segunda columna y la balanza comercial en la última.

Tabla 2.1 Balanza Comercial Colombiana a Mayo de 2015

ene-14	4.809	4.618	191,1
feb-14	4.271	4.777	-505,6
mar-14	4.408	4.684	-275,9
abr-14	4.317	5.208	-891,5
may-14	5.496	5.139	357,2
jun-14	4.698	4.707	-8,8
jul-14	5.049	5.828	-779,3
ago-14	4.813	4.671	142,5
sep-14	5.069	5.538	-468,9
oct-14	4.302	5.584	-1.282,2
nov-14	3.795	5.114	-1.318,8
dic-14	3.768	5.220	-1.452,7
ene-15	2.880	4.673	-1.792,3
feb-15	3.134	4.374	-1.239,9
mar-15	3.428	4.417	-988,9
abr-15	3.212	4.251	-1.038,9
may-15	3.359	4.230	-870,9

Fuente: DIAN- DANE Cálculos: DANE

^p provisional

* Corresponde hasta el mes de mayo

Fuente: Dane, 2015

Otro aspecto dentro del entorno que tiene que ver con la empresa y su funcionamiento es el entorno cultural y el patrón de comportamiento de las personas colombianas, según Hofstede (2015), el análisis hecho a la cultura colombiana muestra, dentro de otros aspectos, que están orientados a la competitividad, alcanzar los logros y al éxito, siendo el éxito definido como la organización que sea la mejor en el campo y llevado hasta lo empresarial. Esto muestra que en el ámbito empresarial la competitividad para ser el mejor es alta y hay un número amplio de organizaciones que pueden ofrecer el mismo producto y que por tener una cultura con estas características hace que se vea como algo necesario mejorar y sobrepasar a quienes ofrecen productos similares, ya sea por mejoramiento de los procesos de producción o de talento humano o por otros medios.

La evasión a la incertidumbre, hace que cada país y por extensión sus empresas se equiparen con estrategias a corto, mediano y largo plazo que evite tener situaciones que puedan ser complicadas y para las que no se esté preparado, esta preparación puede ser un beneficio para la empresa pues al estar inmersa dentro del proceso de crecimiento y crianza de los niños, se puede pensar en estrategias que incentiven a los padres a invertir en nuestros productos para garantizar un sano futuro del niño.

En Colombia también se está gestando el mejoramiento de las tecnologías para impulsar todos los sectores y que estén a la par con lo que actualmente manda la parada, a saber, la implementación de tecnologías dentro de un proceso productivo para darle un valor agregado. En este aspecto el gobierno es quien está apoyando a los empresarios para que incursionen en este campo, por eso el MINCIT renovó su ministerio de las tecnologías de la información para ser de ayuda a las empresas interesadas.

Esto deja ver el interés del gobierno de impulsar empresas por medio del buen uso de las TIC para implementar nuevas tecnologías y que estas a su vez se reflejen como ganancias y adelanto para este sector dentro de la economía nacional.

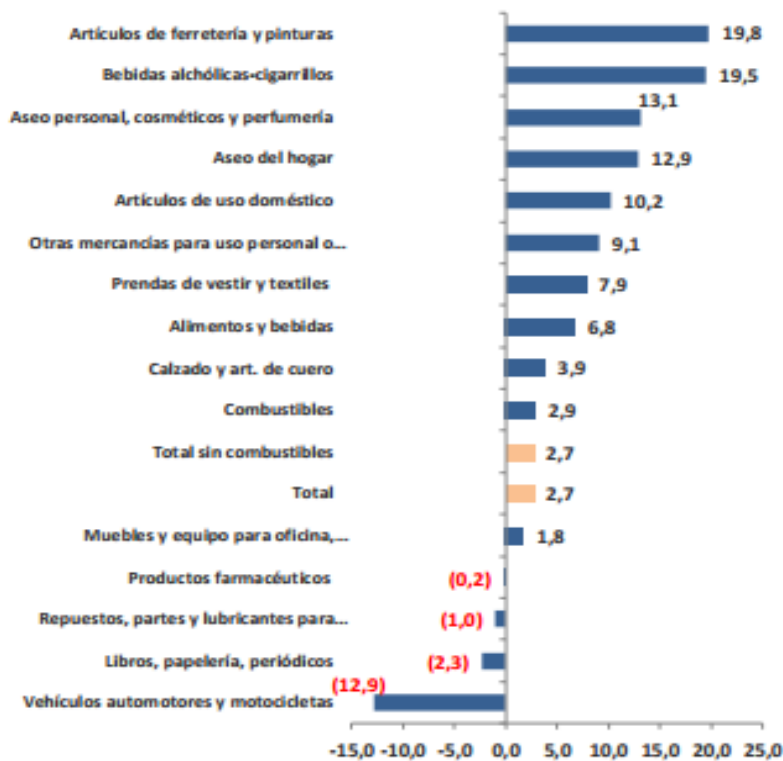
2.2 Análisis Sector o Industria

La empresa se verá involucrada dentro del sector de comestivos y aseo personal. Expuesto en paginas previas, la estructura de la industria se define así: “La industria de cosméticos y aseo está compuesta por tres subsectores: cosméticos, absorbentes y aseo. Éstos a su vez se subdividen en segmentos de productos específicos” (Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo, 2015)

Haciendo un analisis de esta industria encontramos que según Procolombia (2015): “Colombia es uno de los principales proveedores de cosméticos y productos de aseo de la región, la industria ha mostrado un crecimiento sostenible los últimos 8 años en cuanto a producción, ventas y exportaciones.” Con la afirmación anterior podemos firmemente comenzar a constuir caminos para llegar, en el largo plazo, a otros países de la región, pues Colombia es competitivo y reconocido en este ambito y vemos oportunidades de negocio para nuestros productos en mercados internacionales.

Según Procolombia (2015) “Las ventas del sector crecieron a una tasa de 7,2% entre 2000 y 2014, y se espera que a 2018 el sector alcance un crecimiento promedio anual de 5,7% frente a 2014” este crecimiento en las ventas indica que la tendencia del sector es al aumento, además hay que tener en cuenta que debido a la relevancia del mismo, éste ingresó en el año 2009 al Programa de Transformación Productiva (PTP) del ministerio de Comercio Industria y Turismo con el fin de darle competitividad a nivel mundial a las empresas del sector. En la figura 2.1 se amplía la información anterior y se compara el sector de aseo personal con otros sectores de la economía Colombiana respecto a las ventas reales en el mes de Mayo del año 2015 en donde vemos que las mismas incrementaron en un 12,9% respecto al mismo mes del año anterior.

Figura 2.1 Ventas del sector aseo personal, cosméticos y perfumería,



Fuente: Oficina de Estudios Financieros (2015)

Ahora bien, hablando de la utilidad que ofrece el sector, y con la finalidad de hacernos una idea de cuan rentable puede ser nuestra compañía encontramos que: “En el subsector de la línea de hogar y aseo, la rentabilidad como proporción de las ventas registra un promedio de 5,4% anual para los últimos cinco años. Así, la rentabilidad pasó de 5,0 a 6,1% y la utilidad operativa/ventas aumentó, pasando de 8,85% a 10,13% en el período 2009-2010 (Ortiz & Rivera

2012) se infiere entonces que desde el periodo 2010 a la fecha la rentabilidad de las empresas dedicadas a los productos de aseo personal ha crecido o se ha mantenido en niveles similares, por lo cual una utilidad del 10.13% en promedio significa que nuestra inversión inicial retornará buenos resultados en el futuro.

Cifras del año 2010 dadas por Euromonitor, nos dicen que: “La industria de artículos para cuidado del bebé y la de pañales desechables movió el año pasado en Colombia 586,4 millones de dólares, cerca de 1,11 billones de pesos.” (Portafolio, 2011)

Por tratarse de un sector que contribuye a la salud, la higiene y el bienestar de la familia, la cadena de valor juega un papel importante y es entonces donde las buenas prácticas y las certificaciones de los procesos y productos se vuelven importantes para generar competencia dentro del sector. “Para el sector de cosméticos y de aseo la gestión de la cadena de valor es muy importante así como la buena relación y el encadenamiento entre todos los eslabones de la cadena; proveedores, distribuidores, clientes y consumidores.” (Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo, 2015)

A continuación, en la tabla 2.2 se muestra un comparativo del aporte del sector a la economía desde el año 2000 al año 2011; datos como éste y los otros mencionados en este trabajo dan fe del crecimiento de la industria de cosméticos y aseo.

Desde el año 2000 el Sector ha experimentado un amplio crecimiento en términos de producción, ventas y comercio exterior. Este se caracteriza por la heterogeneidad en el tamaño, la composición del capital, las características tecnoproductivas, la diversificación en las líneas de producción, así como por el gran número de empresas que lo componen. (Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo, 2015)

Tabla 2.2. Participación del sector en la economía entre los años 2000 - 2011

COSMÉTICOS Y ASEO USD\$ MILLONES			
AÑO	2000	2011	
PIB (Ex-factory)^{1, 2}	1.301	3.713	Cast 3 veces
MERCADO (A precios de mercado) ^{2, 3}	2.644	6.107	2,3 veces
EXPORTACIONES (FOB)⁴ No incluye las exportaciones hechas desde la Zona Franca	113	847	7, 5 veces
TASA DE APERTURA EXPORTADORA TAE (Porcentaje de la producción colombiana que se exporta) ^{1, 2}	8,6%	23%	2,6 veces
IMPORTACIONES (CIF)⁵	74	601	8,12 veces
BALANZA COMERCIAL¹	(9)	246	De negativa a positiva
EMPLEO DIRECTO⁶	19.759	29.188 ⁵	1,47 veces
EMPLEOS INDIRECTOS²	56.000	81.726	1,47 veces
OPORTUNIDADES DE INGRESO^{2, 4} Venta directa, esteticistas, peluqueros, etc.	350.000	1.000.000	2,85 veces

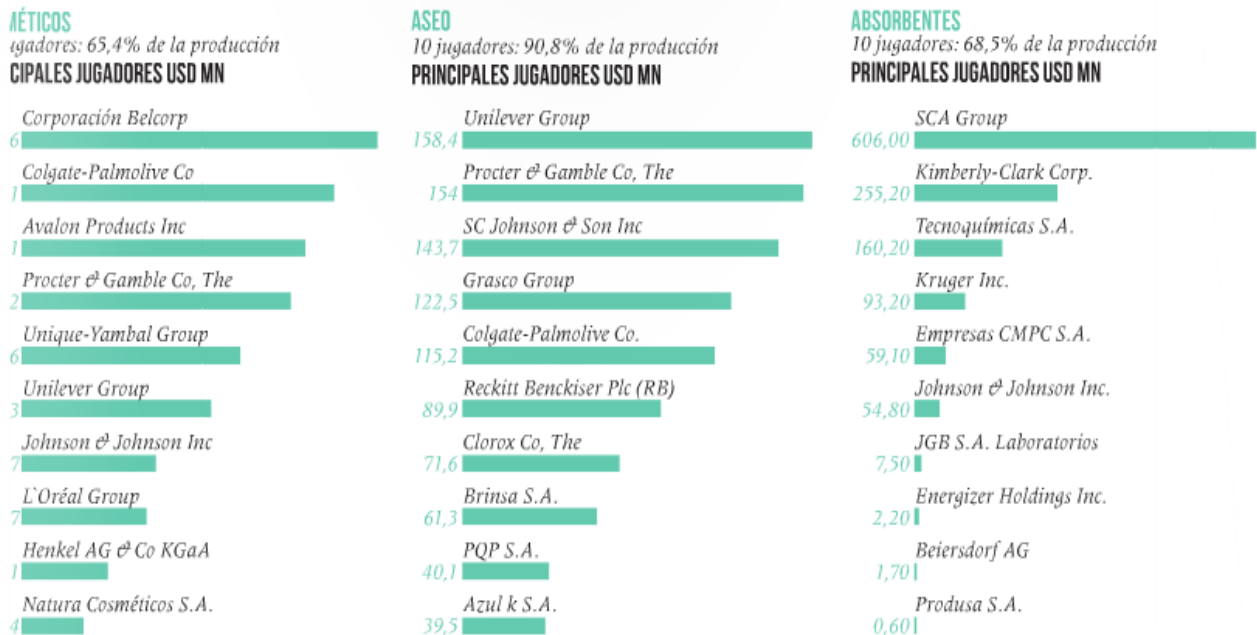
Fuente: Cámara de Comercio de la Industria Cosmética y de Aseo (2015)

Como consecuencia de los incentivos que otorga el gobierno para invertir en el sector, muchas empresas extranjeras han puesto el ojo en el país para desarrollar sus negocios y centros de investigación aprovechando factores estratégicos que hacen de Colombia un país competitivo como la ubicación geográfica y las condiciones climáticas, y son precisamente estas empresa internacionales quienes representan la mayor parte de las ventas del sector:

En Colombia, la industria se caracteriza por estar en constante crecimiento, y se encuentra compuesta por alrededor de 1.000 empresas heterogéneas respecto al tamaño. Aproximadamente 300 pertenecen al subsector de cosméticos y 700 a los de aseo y absorbentes. Aun cuando las nacionales sobrepasan en número a las de capital extranjero, éstas últimas tienen mayor participación en las ventas totales (Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo, 2015)

La figura 2.2 muestra el comparativo entre algunas de las principales empresas pertenecientes al sector y su porcentaje de participación.

Figura 2.2. Principales empresas del sector de Cosméticos y Aseo Personal



Fuente: Cámara de Comercio de la Industria Cosmética y de Aseo (2014)

Algunos retos que enfrenta el sector son:

- Combatir la piratería, la falsificación de productos y la competencia desleal.
- Prevenir la informalidad laboral y el contrabando.
- Innovar con productos, procesos y nuevas tecnologías que impliquen utilizar menos recursos y proteger el medio ambiente pero sin desmejorar la calidad. (Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo, 2015)

CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos de Mercadeo

3.1.1. Objetivos a Corto Plazo:

- Alcanzar el reconocimiento en el mercado local como una de las empresas comercializadoras de productos para el cuidado del bebé.
- Crear relaciones redituables con los padres, que le permitan a este apoyarse en la empresa como un ente asesor en el crecimiento y desarrollo de sus niños.

3.1.2. Objetivos a Mediano Plazo:

- Lograr el posicionamiento de la empresa a nivel regional (Valle de aburrá) destacándose por ser una de las empresas comercializadoras de productos para la puericultura más importantes en la región.
- Consolidar alianzas estratégicas con centros para el desarrollo de los infantes en el Valle de Aburrá. Para así progresar con nuestros servicios pre y post venta.

3.1.3. Objetivos a Largo Plazo

- Ampliar nuestro portafolio de productos importados y nacionales que continúen destacándose por su nivel de calidad e innovación.
- Extender nuestros canales de distribución, de manera que logremos llegar a los principales almacenes de cadena del país.
- Lograr el reconocimiento a nivel nacional ubicándonos en las principales ciudades del país.

3.2 Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

Para la definición del mercado meta se tuvo en cuenta principalmente la cifra anual de nacimientos de las ciudades donde se ha reflejado un incremento en el registro civil de nacimiento en los últimos años, estas ciudades fueron, Bogotá, Medellín y la zona del Atlántico, tomando como referencia la ciudad de Barranquilla. Otra variable importante a considerar fue la concentración de ventas del sector cosméticos y aseo en el país ya que según Propaís (2014): “La concentración del mercado de compras de Cosméticos en los hogares colombianos en el mes de

agosto de 2013 registra que es más alto en Bogotá con un 22,4%, Medellín con un 15,5% y Cali con un 11,5% respectivamente”.

Decidimos hacer la calificación de 1 a 5; siendo 5 la puntuación máxima para aquellas variables que registran un mayor índice en su área correspondiente, de 3 a 4 es un puntaje medio y una calificación de 2 a 1 significa el mínimo puntaje.

De acuerdo a los resultados de las diferentes variables, y al totalizar la puntuación tal como lo muestra la tabla 3.1, el mercado meta escogido sería la ciudad de Bogotá, pues por ser la capital del país, la primera economía de Colombia y por ser una ciudad de gran tamaño, se podría decir que cualquier negocio tiene allí una oportunidad; pero en nuestro caso decidimos establecernos inicialmente en la ciudad de Medellín la cual ocupa el segundo lugar dentro de la matriz de estudio del mercado meta por varias razones, y entre ellas la principal: es el lugar donde actualmente residimos y de alguna manera se hace más fácil la tarea de investigar el mercado debido a que podemos percibir de primera mano y de una forma más exacta los comportamientos del consumidor para así adaptarnos a sus necesidades.

Lo anterior no quiere decir que nos dedicaremos a cubrir única y exclusivamente la ciudad de Medellín, la oportunidad está abierta en el largo plazo, para atender otros mercados como Bogotá y Barranquilla.

Tabla 3.1 Matriz de estudio del mercado meta

MERCADO META BABY STUFF LTDA						
Variable	Bogotá		Medellín		Barranquilla	
	Cifra	Puntuación	Cifra	Puntuación	Cifra	Puntuación
Nacimientos al año	116,219	5	39,173	4	33,939	4
Hogares estratos 3 al 6	1'199,704	5	373,844	3	513,276	4
Porcentaje de empresas pertenecientes al sector	41%	5	23%	4	6%	2
Porcentaje de ventas	22,4%	5	15,5%	4	5%	2
		20		15		12

Fuente: Elaboración propia

3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

Los consumidores potenciales de Importaciones Baby Stuff Ltda. Están segmentados en dos grupos de clientes. El sector al cual pertenece la empresa es prometedor; algunas cifras que nos da el Dane (2013) revelan que: “se consolida la tendencia de las colombianas a ser madres a edad más temprana, entre los 20 y los 24 años” añadiendo también que “El 20 por ciento de las mujeres gestantes vuelven a quedar embarazadas entre los 7 y 14 meses siguientes, y el 33 por ciento, entre los 14 y 24 meses siguientes” (ICBF, 2014)

3.3.1. Parejas con hijos entre los 0 a 4 años

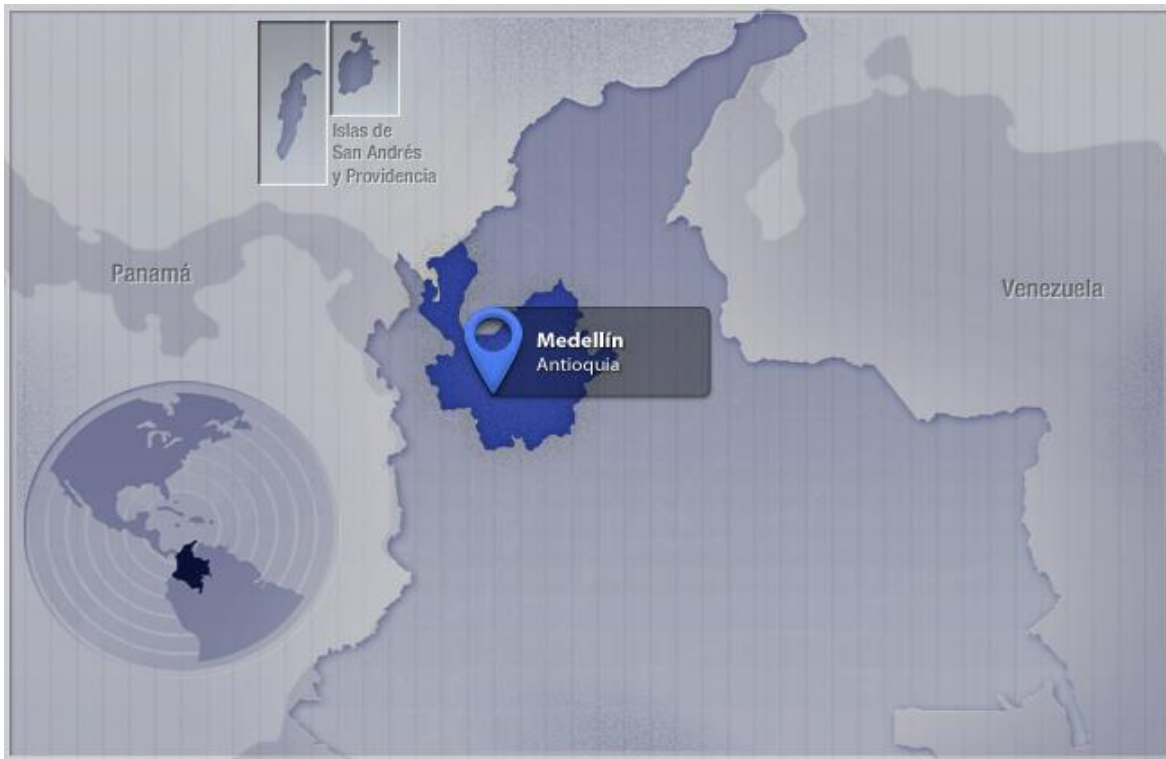
Este nicho de mercado está compuesto de todos aquellos padres y madres de la ciudad de Medellín, sin importar su estado civil (casados, separados, divorciados o en unión libre), que tenga hijos entre los 0 a los 4 años. Estos padres y madres estarán en un rango de edad entre 20 a 40 años.

3.3.2 Población en General

Se decidió que, cualquier persona puede comprar alguno de nuestros productos, pues por que en muchos casos se quiere dar obsequios a familiares o amigos que tengan hijos entre los 0 a los 4 años bien sea en un baby shower, cumpleaños, bautizo o cualquier otra celebración del niño. Estas personas estarán en un rango de edad entre los 20 y 80 años.

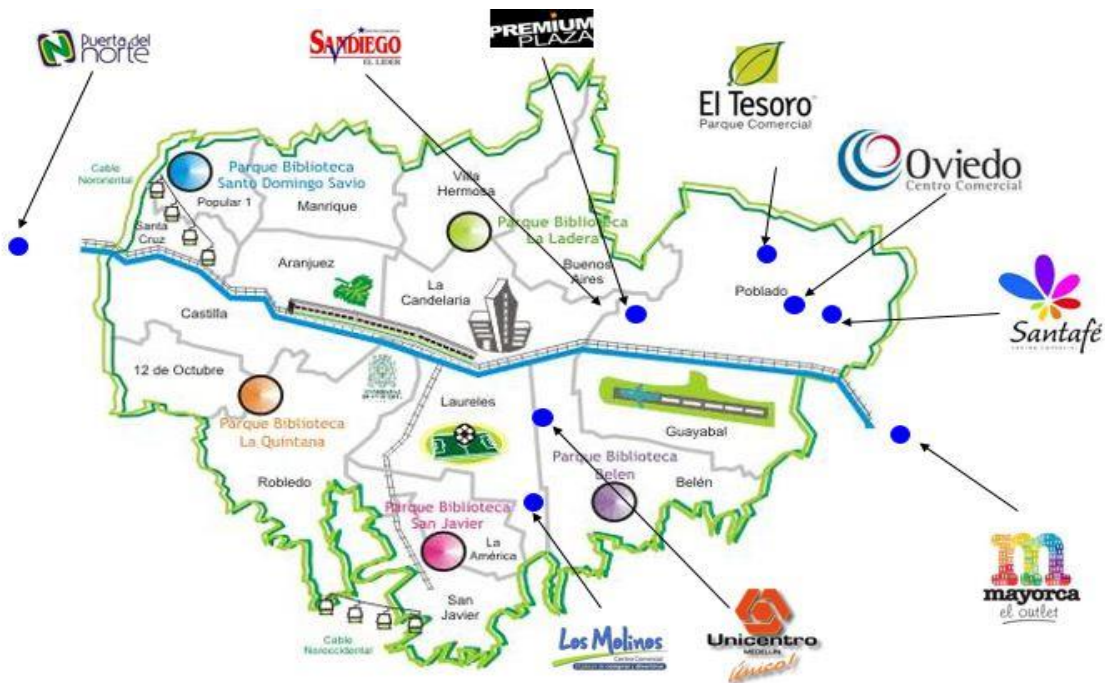
Para todos los casos anteriores, y no con el ánimo de discriminar o marginar a las personas de estratos más bajos, sino con el fin de cumplir con los objetivos de las empresa, se determinó que nuestros productos van destinados a personas que se encuentren entre el estrato 3 al estrato 6; estos mismos clientes deberán ser personas que visiten los principales centros comerciales de la ciudad de Medellín y de los municipios vecinos, pues es en donde estarán ubicados nuestros almacenes propios. En la figura 3.1 se muestra la ubicación de la ciudad de Medellín dentro del territorio nacional y en la figura 3.2. Se ubican los principales centros comerciales del valle del aburra. No obstante, en el futuro, la empresa contará con un sistema de ventas a través de página web y aplicación móvil, distribución en los principales almacenes de cadena del país y comercialización en lugares estratégicos de otras ciudades o municipios como parques centrales y zonas comerciales.

Figura 3.1 Ubicación geográfica de Medellín.



Fuente: Procolombia (2015)

Figura 3.2 Principales Centros Comerciales de la Ciudad de Medellín.



Fuente: Efectimedios (2015)


3.4 Cuantificación de los Clientes Potenciales de Bienes y/o Servicios

A continuación se mostrará gráficamente la cuantificación de los clientes potenciales de Baby Stuff Ltda. Basado en estadísticas y censos realizados por los diferentes entes gubernamentales como la Alcaldía de Medellín quien nos brinda información soportada en las estadísticas macro del DANE.

3.4.1 Parejas con hijos entre los 0 a los 4 años

En la tabla 3.2 se muestra la relación de los datos cuantitativos filtrados para llegar al nicho de mercado de parejas con hijos entre los 0 a los 4 años.

Tabla 3.2 Relación de datos filtrados Parejas con hijos entre los 0 a los 4 años.

MERCADO POTENCIAL O META DE BABY STUFF LTDA 	
3.3 Perfil del Mercado	3.4 Cuantificación del Mercado
Población de Medellín	2,780,636
Estrato Socioeconómico de 3 a 6	1,158,417
Padres de Familia en Medellín	289,604
Entre 20 y 40 años	177,356
Con hijos de 0 a 4 años	36,526

Fuente: Elaboración Propia.

A Continuación se justificará el origen de los datos arrojados en la tabla 3.2.

-Población de Medellín: En la tabla 3.3 Se identifica la población de Medellín para el año 2015

Tabla 3.3 Proyección de habitantes para el año 2015 en Medellín.

Año	Total
2005	2.499.080
2006	2.525.902
2007	2.553.012
2008	2.580.414
2009	2.608.109
2010	2.636.101
2011	2.664.394
2012	2.692.991
2013	2.721.894
2014	2.751.108
2015	2.780.636

Fuente: Alcaldía de Medellín (2006).

-Estrato Socioeconómico de 3 a 6: En la tabla 3.4 se muestra la estadística que discrimina la población de Medellín por estrato socioeconómico. La sumatoria del estrato 3 al 6 es de 1'158.417 habitantes

Tabla 3.4 Estratos Socioeconómicos en Medellín.

Estrato	Hombres	Mujeres	Total
1. Bajo bajo	138458	147169	285627
2. Bajo	413795	459498	873293
3. Medio bajo	321748	356989	678737
4. Medio	103371	122277	225648
5. Medio alto	72930	91471	164401
6. Alto	40951	48680	89631
Total	1091253	1226084	2317337

FUENTE: Elaboración propia con datos de la ECV 2009

Fuente: Alcaldía de Medellín (2012).

Se refiere a los estratos socioeconómicos como los ingresos en términos de SMMLV y la capacidad adquisitiva de los clientes de manera que, además de satisfacer sus necesidades básicas puedan adquirir los productos que la empresa ofrece. En la Tabla 3.5 se muestra la distribución de los ingresos según el estrato socioeconómico.

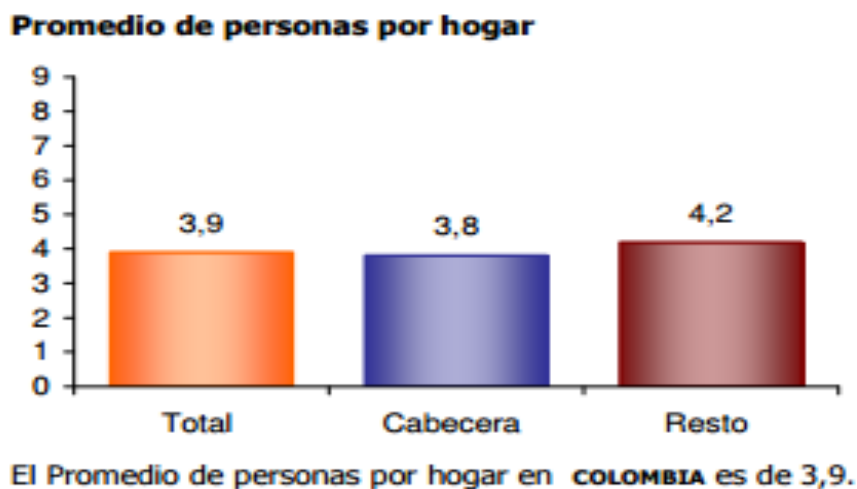
Tabla 3.5 Distribución SMMLV en estratos socioeconómicos.

DISTRIBUCIÓN SMMLV	
Estrato 3	Entre \$1.000.001 y \$1.500.000
Estrato 4	Entre \$1.500.001 y \$2.500.000
Estrato 5	Entre \$2.500.001 y \$4.000.000
Estrato 6	De \$4.000.001 hasta \$10.000.000

Fuente: Elaboración Propia.

-Padres de familia en Medellín: Según el DANE (2005) en Colombia en cada hogar hay un promedio de 4 personas, como lo muestra la tabla 3.6.

Tabla 3.6 Promedio de personas por familia en Colombia.



Fuente: DANE (2005).

Teniendo en cuenta el promedio anterior a nivel nacional, podemos dividir éste entre el número de habitantes de Medellín que se encuentran entre los estratos 3 y 6 (1.158.417) para obtener el número de familias que habitan en Medellín. Como lo muestra la tabla 3.7 el número de familias en la ciudad de Medellín sería de 289.604.

Tabla 3.7 Calculo de número de familias en la ciudad de Medellín.

CÁLCULO DE NÚMERO DE FAMILIAS EN MEDELLÍN	
Habitantes de Medellín entre los estratos 3 y 6	1.158.417
Promedio de integrantes de familia Colombiana	4
$1.158.417 / 4 = 289.604$	
TOTAL	289.604

Fuente: Elaboración Propia.

-Con hijos entre 0 a los 4 años: En la tabla 3.8 se muestra la estadística que discrimina la población de Medellín por rango de edad de 0 a 4 años. La sumatoria del subtotal de habitantes entre 1 a 4 años y los menores de 1 año es de: 146.105 personas.

Tabla 3.8 Población de Medellín por rango de edad de 0 a 4 años.

Grupo de edad	Año			
	1993	2005	2010	2015
< 1 Año	38302	28798	29585	28952
De 1 Año	37319	29160	29332	29094
De 2 Años	36414	29572	29209	29228
De 3 Años	35570	30048	29188	29354
De 4 años	34801	30593	29278	29477
Subtotal 1-4	144104	119373	117007	117153

Fuente: Alcaldía de Medellín (2012).

Si tomamos esta cifra arrojada (146.105) y la dividimos entre el número de personas que conforman un hogar en Colombia, tendremos como resultado el promedio del número de familias que tienen hijos entre 0 y 4 años en la ciudad de Medellín como se muestra en la tabla 3.9.


Tabla 3.9 Número de familias con hijos entre 0 y 4 años.

NÚMERO DE FAMILIAS CON HIJOS ENTRE 0 Y 4 AÑOS	
$146.105/4 = 36.526$	
TOTAL FAMILIAS	36.526

Fuente: Elaboración Propia.

3.4.2 Población en General: En la tabla 3.10 se muestra la relación de los datos cuantitativos filtrados para llegar al nicho de mercado de la población en general.

Tabla 3.10 Relación de Datos Filtrados Población en General de Medellín.

MERCADO POTENCIAL DE BABY STUFF LTDA 	
3.3 Perfil del Mercado	3.4 Cuantificación del Mercado
Población de Medellín	2,780,636
Entre 20 a 80 años de estratos 3 al 6	909,065
Posibles compradores	140,905

Fuente: Elaboración Propia.

A continuación se justificará el origen de los datos arrojados en la tabla 3.10.

-Población de Medellín: Esta cifra es tomada de la tabla 3.3 Proyección de habitantes para el año 2015 en Medellín.

-Personas de 20 a 80 años de los estratos 3 al 6: En la tabla 3.11 Se cuantifica el número de personas por estrato socioeconómico de la ciudad de Medellín de acuerdo a la edad. La sumatoria de personas entre los 20 y los 80 años de los estratos 3 al 6 es de 909,065.

Tabla 3.11 Personas por estrato socioeconómico según grupo de edad.

Estrato	PERSONAS		Personas por grupo de edad								
	Total	%	Menor de 1 año	1	2	3	4	5 a 9	10 a 14	15 a 19	20 a 24
1. Bajo bajo	285.627	11,74	5.780	5.776	5.909	6.097	6.059	27.566	29.411	29.461	26.415
2. Bajo	873.293	37,85	13.024	13.491	13.366	13.236	13.619	72.406	75.754	81.248	79.637
3. Medio bajo	678.736	29,97	7.231	6.786	6.794	7.255	6.281	36.975	44.507	55.488	59.209
4. Medio	225.648	9,79	1.504	1.474	1.504	1.057	1.619	7.675	11.406	12.838	16.993
5. Medio Alto	164.401	6,93	947	1.021	1.012	940	1.172	5.288	5.934	8.992	12.881
6. Alto	89.631	3,72	658	566	568	675	657	3.491	3.928	5.254	6.384
Total	2.317.336	100,00	29.143	29.114	29.153	29.260	29.407	153.402	170.940	193.282	201.519
%	100,0		1,26	1,26	1,26	1,26	1,27	6,62	7,38	8,34	8,70

Estrato	Personas por grupo de edad											
	25 a 29	30 a 34	35 a 39	40 a 44	45 a 49	50 a 54	55 a 59	60 a 64	65 a 69	70 a 74	75 a 79	80 o más
1. Bajo bajo	22.983	19.393	18.965	18.969	19.081	14.185	9.413	7.376	4.566	3.486	2.467	2.267
2. Bajo	68.493	60.703	58.557	69.967	65.492	51.389	39.526	28.967	18.836	14.763	10.685	10.135
3. Medio bajo	51.196	43.317	42.395	59.495	63.176	54.283	41.410	30.285	20.586	16.558	12.056	13.454
4. Medio	17.388	15.051	12.733	18.088	19.781	20.074	18.155	15.680	10.481	8.561	6.803	6.781
5. Medio Alto	13.362	10.123	9.661	11.721	16.141	15.352	13.402	10.521	8.109	7.580	4.978	5.263
6. Alto	6.121	5.944	6.231	8.545	9.277	9.082	6.305	5.192	3.408	3.249	2.516	1.581
Total	179.543	154.532	148.541	186.784	192.949	164.365	128.211	98.022	65.986	54.197	39.506	39.480
%	7,75	6,67	6,41	8,06	8,33	7,09	5,53	4,23	2,85	2,34	1,70	1,70

Fuente: Departamento Administrativo de Planeación de Medellín (2009)

-Posibles compradores: Esta cifra es el resultado de multiplicar el total de los habitantes que están entre los 20 y 80 años de edad y que hacen parte de los estrato 3 al 6 por el porcentaje de ventas del sector al cual pertenece la empresa en la ciudad de Medellín. Este puede ser un número más reducido y aproximado para cuantificar este perfil de clientes. En la tabla 3.12 Se explica la operación.

Tabla 3.12 Calculo de posibles compradores en términos generales.

CÁLCULO DE POSIBLES COMPRADORES	
Personas de 20 a 80 años, estratos del 3 al 6	909.065
Porcentaje de ventas del sector en la ciudad de Medellín	15,5%
$909.065 * 15,5\%$	
TOTAL	140,905

Fuente: Elaboración propia

3.5 Mercado Competidor

3.5.1 Johnson's Baby

En la tabla 3.13 se muestran las principales características de la empresa Johnson y Johnson filial en Colombia y cómo estas características pueden afectar de manera positiva o negativa a nuestra empresa teniendo en cuenta su portafolio de productos y servicios y su participación en el mercado colombiano de cosméticos y aseo personal.

Tabla 3.13 Características de la empresa Johnson y Johnson

EMPRESA	PÁGINA WEB	PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPETIDORES	FORTALEZAS DEL PRODUCTO/SERVICIO	DEBILIDADES DEL PRODUCTO/SERVICIO	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Johnson y Johnson	www.jnjcolombia.com	Línea Johnson's Baby antes de dormir	Fabricado con esencias naturales	Los componentes no son antialérgicos en todo tipo de piel	13,09% de las ventas totales del sector
		Portal Baby Center	Presta servicio de asesoría online y artículos sobre el cuidado del bebé	Limitación con asesorías únicamente online	

Fuente: Elaboración Propia.

Estrategias de Mercadeo: La empresa Johnson y Johnson ha logrado su reconocimiento a nivel mundial gracias a las estrategias de mercadeo utilizadas a lo largo de los años, sin embargo, en la actualidad con su nombre y marcas bien posicionadas en el mercado global utilizan estrategias para mantenerse, estas son:

- Tener un amplio portafolio de productos en sus diferentes líneas: Cuidado del bebé, cuidado de la piel, cuidado oral, cuidado femenino y cuidado nutricional.
- Colocar anuncios publicitarios en los medios masivos: televisión, radio, prensa e internet.

Canales de distribución: Johnson y Johnson en Colombia utiliza el canal de distribución indirecto, es decir, este coloca sus productos en los almacenes de cadena que son grandes distribuidores para así fácilmente llegar al consumidor final.

Participación en el mercado: Este dato es tomado de la Figura 2.2 Principales empresas del sector de cosméticos y aseo personal. En esta están representadas las ventas en términos de

millones de dólares. Teniendo en cuenta que las ventas totales representan el 90.8% de participación en el mercado se realiza el cálculo explicado en la tabla 3.14

Tabla 3.14 Cálculo participación de Johnson y Johnson en el mercado.

	VENTAS TOTALES DEL SECTOR (Millones de USD)	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
TOTAL	996,2	90,8%
JOHNSON Y JOHNSON	143,7	X
	:	13,09%

Fuente: Elaboración Propia.

3.5.2 Falabella

En la tabla 3.15 se muestran las características de la empresa Falabella en su línea de productos infantiles.

Tabla 3.15 Características de la empresa Falabella (Línea infantil).

EMPRESA	PÁGINA WEB	PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPETIDORES	PRECIOS DE VENTA	FORTALEZAS DEL PRODUCTO	DEBILIDADES DEL PRODUCTO	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
FALABELLA (Categoría Infantil)	www.falabella.com.co	Dream Baby protector esquinas X 8	\$ 15.900	Fabricado con forro adhesivo para su quitar y poner fácilmente	Limitación a un solo color y diseño. Solo se puede comprar vía internet	6%
		Dr Brown's Cuchara larga tipo espátula x 2	\$ 19.900	Borde de la espátula ayuda a limpiar la comida de la boca del bebé	Material poco apto para la boca del bebé. Solo se puede comprar vía internet	
		Dr Brown's chupo nivel 1x2 estándar	\$ 12.900	Perforado con láser, lo cual asegura un flujo exacto	Fabricado en material rígido, no es ajustable a otras bases	

Fuente: Elaboración Propia.

Estrategias de mercadeo: Falabella ha logrado consolidarse tanto en el mercado nacional como en el internacional gracias a sus estrategias de mercadeo a lo largo de los años, estas son:

- Tener un amplio portafolio que abarca líneas desde ropa y accesorios hasta servicios financieros y viajes.
- Ofrecer entre los servicios financieros la posibilidad de adquirir la tarjeta de crédito CMR (propia) con la cual se pueden realizar compras en los almacenes o por su página de internet.

- Tener un fuerte impacto en los medios masivos de comunicación gracias a su buena gestión de publicidad y comunicaciones.

- Según un análisis estratégico del crecimiento de falabella se dice que:

Falabella cumple con la tres reglas básicas en la vinculación con el cliente, atraer, satisfacer y retenerlo, en base a un servicio integral, utilizando complementadores para desarrollar el modelo de negocio, fidelizando al cliente y disminuyendo la amenaza de los competidores (Academia, 2015).

Canales de distribución: Los canales de distribución que utiliza Falabella son directos, esto significa que la empresa tiene sus almacenes propios donde venden sus productos, y además de esto realizan ventas por internet.

Participación en el mercado: Según el Reporte Anual Falabella (2014):

De acuerdo a análisis de mercado realizados internamente en base a información Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas en Colombia y Euromonitor, entre otras, la participación de mercado de nuestras tiendas por departamento en la industria del comercio minorista de acuerdo a cada una de las categorías en las que participa es de alrededor 6% en Colombia.

3.5.3 Baby Panda.

En la tabla 3.16 Se muestran las características de la empresa Baby Panda.

Tabla 3.16 Características de la empresa Galeón Importaciones S.A.S (Baby Panda).

EMPRESA	PÁGINA WEB	PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPETIDORES	PRECIOS DE VENTA	FORTALEZAS DEL PRODUCTO	DEBILIDADES DEL PRODUCTO
Galeón importaciones S.A.S (Baby Panda)	www.babypanda.co	Almohada oso ortopédica	\$ 8.800	Diseño ortopédico evita deformaciones en la cabeza del bebé los primeros días de vida	Limitación en diseños y colores
		Cucharas Plaza Sésamo X 3	\$ 4.200	Diseño suave ideal para el bebé	Material poco resistente
		Chupo AVENT natural flujo recién nacido	\$ 17.990	Incluye válvula anticólico incorporada, libres de BPA	Diseño sin ajuste a otras superficies

Fuente: Elaboración Propia.

Estrategias de Mercadeo: La empresa Galeón importaciones S.A.S en su marca de productos para bebés Baby Panda ha logrado consolidarse poco a poco en el mercado nacional debido a sus diferentes estrategias de mercadeo como:

- Presentar un amplio portafolio de productos importados.
- Colocar publicidad vía prensa e internet.

Canales de distribución: La empresa utiliza el canal de distribución mixto (Directo e indirecto). En el canal directo lo hace por medio de las ventas vía internet que a su vez requiere de un canal indirecto que se refiere a la distribución física de los productos, es decir, el envío de los productos por courier gracias a su aliado Servientrega.

3.5.4 OKBEBÉ

En la tabla 3.17 Se muestran las principales características de la empresa OKBEBE que pueden influir positiva y negativamente en el posicionamiento de Importaciones Baby Stuff Ltda.

Tabla 3.17 Características de la empresa OKBEBÉ.

EMPRESA	PÁGINA WEB	PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPETIDORES	PRECIOS DE VENTA	FORTALEZAS DEL PRODUCTO	DEBILIDADES DEL PRODUCTO
OKBEBÉ	www.okbebe.com	Peluches para niño Sleep Smart Sensor Cloud B	\$ 109.900	Sensor incorporado con ruido de fondo.	No presenta garantía por daño del sensor
		Cuchara para niños Dream Baby	\$ 13.761	Material suave que estimula el sentido del tacto	Limitación en diseños y colores
		Tetinas para teteros Dr Browns boca ancha x 2	\$ 14.751	Diseño anatómico ajustable	Material poco resistente
		Kit de seguridad en el hogar Obebé	\$ 90.935	Kit completo, no necesita herramientas para su instalación	Largos trámites para hacer válida la garantía por daño del kit

Fuente: Elaboración Propia.

Estrategias de mercadeo: Okbebé ha logrado mantenerse en el mercado de artículos para bebés en el país gracias a sus diferentes estrategias de mercadeo como:

- Presentar un extenso portafolio de productos innovadores.

- Prestar servicios de asesoría y acompañamiento a los clientes.
- Colocar publicidad vía web.
- Presenta la opción de múltiples formas de pago a sus clientes.

Canales de distribución: La empresa Okbebé utiliza el canal de distribución mixto que consta de realizar las ventas vía internet y realizar los envíos de los productos por medio de un intermediario encargado del transporte (Servientrega).

En la figura 3.3 Se muestra la participación en el mercado de cada una de las empresas competidoras anteriormente analizadas. El 63,91% que pertenece a otros, se refiere a las PYMES que se dedican a la comercialización de artículos para bebés nacionales e importados. En este sentido, las empresas Galeón importaciones S.A.S (Baby Panda) y Okbebé pertenecen a este porcentaje de participación.

Por otro lado, el porcentaje de participación que tomará Importaciones Baby Stuff en el mercado es del 2% teniendo en cuenta lo siguiente, ilustrado en la tabla 3.18.

Tabla 3.18 Participación en el mercado de Baby Stuff.

MERCADO POTENCIAL	
Parejas con hijos entre 0 y 4 años	36.526
Población en General	140.905
TOTAL	177.431
Entonces:	
177.431	100% Mercado
X	2% Baby Stuff
=	3.549
	Consumidores

Fuente: Elaboración Propia.

Figura 3.3 Participación en el mercado de las empresas analizadas.



Fuente: Elaboración Propia.

3.6 Mercado Distribuidor

Baby Stuff realizará distribución de sus productos de manera directa y mixta: con puntos de venta en Centros Comerciales, y por medio de distribuidores como almacenes de cadenas y tiendas de artículos para bebés, respectivamente.

3.6.1 Distribución Directa

La distribución directa de los productos se realizará por medio de puntos de venta ubicados en los principales centros comerciales de la ciudad de Medellín expuestos anteriormente, entre ellos, Mayorca, Puerta del Norte y Los Molinos.

3.6.2 Distribución a través de terceros

La distribución mixta se realizará por medio de puntos de venta en lugares que no son instalaciones de la empresa, al tener esta característica Baby Stuff les venderá los productos para que ellos a su vez lo distribuyan a las personas que visiten sus instalaciones, adicionándole una comisión por la venta que ellos realizan. Entre estos lugares que realizaran la distribución de los productos se encuentra el Éxito,


Almacenes Pepe Ganga y Cencosud. En la tabla 3.19 se exponen las características de los principales distribuidores.

Tabla 3.19 Características de los principales distribuidores

POSIBLES DISTRIBUIDORES PRODUCTOS DE BABY STUFF LTDA			
Variable	Éxito	Pepe Ganga	Cencosud
Página Web	www.exitocom.com	www.pepeganga.com	www.tiendasiumbo.co
Precios	El precio de venta de los artículos que sean distribuidos por el éxito deben tener el menor margen de rentabilidad para que el éxito al comercializarlo obtenga su respectiva ganancia	La gran mayoría de sus productos son importados, esto ha hecho que el valor de la compra se incremente en un 30%, Pepe Ganga ha decidido hacer ajustes para que el valor de los bienes no superen el 10%.	La diferencia en los precios con sus competidores dentro del mercado del retail puede alcanzar una diferencia del 30% en los productos ofrecidos
Condiciones	Cumplir con las exigencias legales como registro antes las entidades respectivas, estar registrados en los sistemas tecnológicos de información, el producto debe poseer código de barras, tener portafolio de productos, tener competencia dentro del tipo de productos	Aunque la mayoría de sus proveedores sean del exterior, tiene una pequeña cantidad de proveedores nacionales a los cuales le exigen cumplir con los requisitos exigidos por la ley y garantizar que los artículos comercializados no atenten contra la vida del menor	Tener los requisitos legales exigidos por la ley, conocer el reglamento de ventas y consecuentemente llenar los formularios que aparecen en la página web, cumplir con las entregas de los pedidos, tener la mercancía en óptimas condiciones para su venta,
Presencia en el Mercado	Se encuentra dentro del sector de retail, donde según la superintendencia de Industria y Comercio tiene presencia en el 50,9% del mercado	Cuentan con al menos 55 puntos de venta, se espera siga su expansión y reconocimiento como empresa insignia en la distribución de artículos de bebé y de hogar	Actualmente cuentan con 75 tiendas en todo el país, tienen proyección para tener una concentración del 12% del mercado. Es el segundo Retailer en Colombia, después del Éxito
Confiabilidad	De acuerdo a las formalidades que debe cumplir el proveedor, refleja las altas exigencias que este último tiene al momento de agregar un aliado a su red de proveedores garantizando la seguridad de los clientes, exigen certificados INVIMA, codificaciones, y especificaciones de los productos	La empresa se ha visto en vuelta en sanciones por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio por vender juguetes que no cumplen con los requisitos de comercialización exigidos por la ley. Esto ha disminuido el favoritismo de sus compradores	Han tenido problemas con las Superintendencia de Industria y Comercio por incumplir especificaciones de seguridad, tuvieron que pagar una sanción monetaria de más de 3.700 millones de pesos
Fortalezas	Es la empresa número uno y la más elegida por los Colombianos dentro del sector Retail, por su duración en el mercado y la variedad de bienes y servicios ofrecidos además de otros beneficios como la tarjeta Éxito y la marca económica Ekono. Además de ser la empresa en su sector con el mayor ingreso en el último año	La gran variedad de productos especializados para el entretenimiento de los pequeños y una amplia gama de juguetes, esto debido a la diversidad de los proveedores extranjeros que enriquecen el portafolio de productos ofrecidos	Pertenece a la empresa Cencosud lo que hace que tenga reconocimiento en el mercado, además de ofrecer productos con marca propia lo que hace que sean más asequibles para los clientes, además de sumar la gran variedad de productos que le permiten al cliente de donde escoger
Debilidades	Quejas por parte de los usuarios por precios muy altos para productos que no deberían de tener esa característica, falta de atención y asesoría dentro de sus instalaciones	El alza acelerada del dólar ha ocasionado un aumento en sus precios, a pesar que no han sido cambios considerables, los consumidores lo han notado y pueden tener el riesgo de que escojan otro establecimiento para realizar sus compras	La falta de personal para atender las necesidades de los clientes, ya sea para asesoría de un producto o para ubicarlo en las gondolas dentro del supermercado, también se ha evidenciado al momento de cancelar la compra, la falta de persona hace que se formen grandes filas y se tome más tiempo, disgustando al cliente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3.20 Relacion de actividades y gastos de publicidad.

ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD DE LA EMPRESA BABY STUFF LTDA 				
ACTIVIDAD	COSTO	PERIODICIDAD	COSTO MENSUAL	TIPO DE COSTO
Diseño y elaboración de la imagen corporativa (logos, símbolos, eslogan, incluye papelería)	2.085.000	Una sola vez	N/A	Pre operativo
Creación página Web	7.500.000	Una sola vez	N/A	Pre operativo
Mantenimiento y actualización página WEB	210.000	Trimestral	70.000	Comercialización
Banners y videos publicitarios en redes sociales y/o buscadores (Google Adwords)	310.000	Bimestral	155.000	Comercialización
Posicionamiento en buscadores	1.830.000	Una sola vez	N/A	Pre operativo
Charlas y campañas informativas, de prevención y promoción	2.500.000	Semestral	416.667	Comercialización
Fachada	1.200.000	Una sola vez	N/A	Pre operativo
Pauta comercial en radio (cuña 30 segs)	415.000	Bimestral	207.500	Comercialización
Publicación en revista (media página)	415.000	Trimestral	138.333	Comercialización
Decoración y ambientación de locales	1'400,000	Una sola vez	N/A	Pre operativo
	\$16.465.000			

Fuente: Elaboración Propia

3.8 Plan de Ventas

3.8.1 Plan de ventas mensual

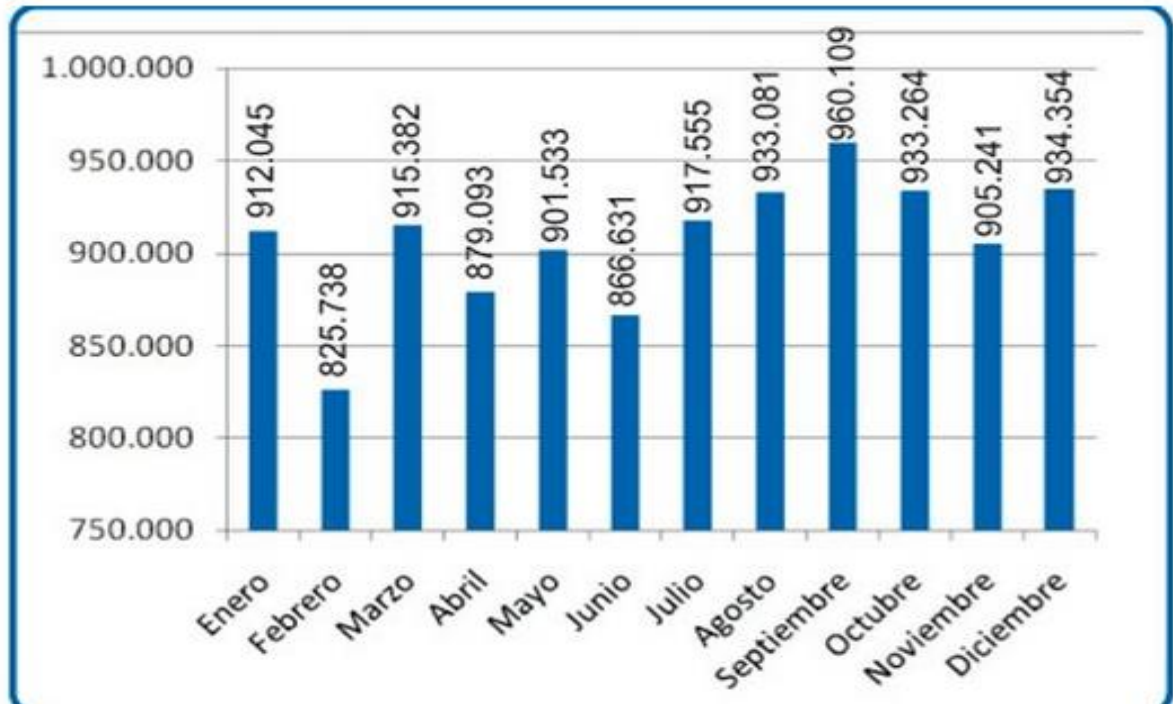
Cifras arrojadas según un estudio de la Registraduría Nacional del Estado Civil publicada en El Espectador (2011) señalan que:

Diciembre y Enero son los meses en que los colombianos salen a vacaciones, y es la época en la que conciben un nuevo miembro de la familia, haciendo que las variables de nacimientos aumenten en los últimos meses del año, en especial Agosto, Septiembre, Octubre y Diciembre.

Se puede decir que la empresa se verá beneficiada en estos meses ya que nuestro mercado meta aumenta según el número de nacimientos por mes.

En la figura 3.5 se muestra la relación de los nacimientos por mes partiendo de una cifra de 1.000.000 de nacimientos mensuales.

Figura 3.5 Nacimientos por mes.



Fuente: El espectador (2011)

Para el adecuado análisis de la demanda en términos mensuales se hace necesario explicar la participación porcentual mensual partiendo de la base de los nacimientos por año como se explica en la tabla 3.21.

Tabla 3.21 Participación Porcentual de cada mes según los nacimientos por año.

ENERO		MAYO		SEPTIEMBRE	
1.000.000	100%	1.000.000	100%	1.000.000	100%
912.045	91%	901.533	90%	960.109	96%

FEBRERO		JUNIO		OCTUBRE	
1.000.000	100%	1.000.000	100%	1.000.000	100%
825.738	83%	866.631	87%	933.264	93%

MARZO		JULIO		NOVIEMBRE	
1.000.000	100%	1.000.000	100%	1.000.000	100%
915.382	92%	917.555	92%	905.241	91%

ABRIL		AGOSTO		DICIEMBRE	
1.000.000	100%	1.000.000	100%	1.000.000	100%
879.093	88%	933.081	93%	934.354	93%

Fuente: Elaboración Propia.

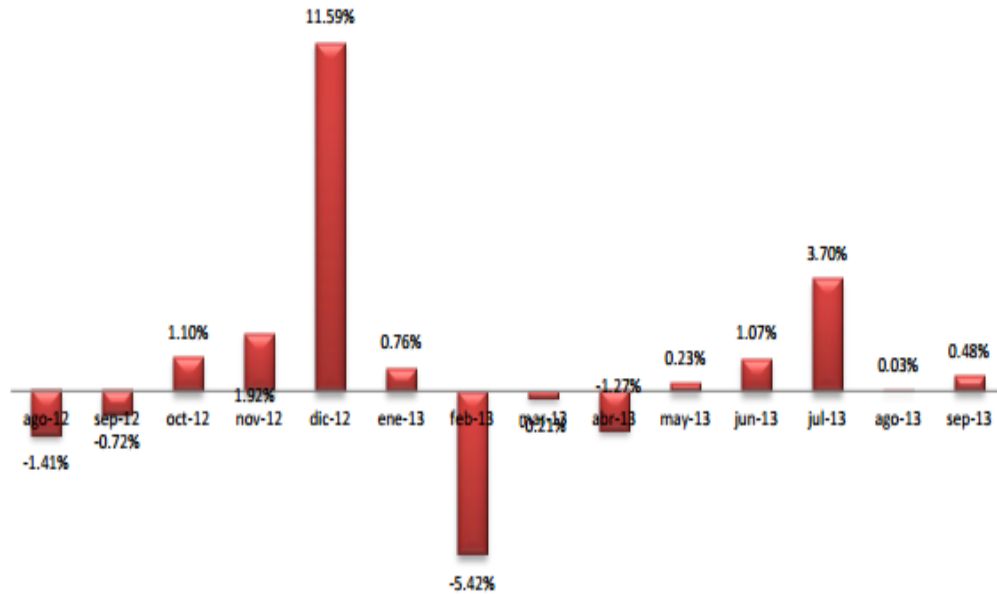
Vistos los anteriores cálculos podemos tener en cuenta el porcentaje que representa cada nacimiento para nuestra empresa y en qué meses tendremos altos flujos de mercancía.

Por otro lado el sector tiene unas variables comportamentales que nos ayuda a identificar en que mes del año nuestras ventas pueden aumentar como lo indica Propaís (2013):

Las compras de los hogares colombianos con respecto a Artículos para la Higiene y Cuidado Facial registran fuertes dinámicas de compras especialmente en los meses de julio y diciembre, explicado probablemente por celebraciones tales como Amor y Amistad y temporada Navideña en las que se hacen más frecuentes las compras de estos productos.

En la figura 3.6 se muestran las cifras arrojadas por el estudio realizado por Propaís donde se muestra la dinámica de compras de los hogares colombianos de artículos de higiene y cuidado facial.

Figura 3.6 Dinámica de compras de los hogares Colombianos.



Fuente: Propaís (2013).

Según cálculos basados en las necesidades del mercado se concluyó el porcentaje de participación de cada producto, explicado en la tabla 3.7. La base para sacar estas cantidades fue el número posible de compradores o mercado meta que es 3.549.

Tabla 3.22 Representación porcentual y de cantidades.

PRODUCTO	% PARTICIPACIÓN POR PRODUCTO	CANTIDADES
Cucharas	40%	1.419
Tetina	30%	1.064
protector de esquinas	16%	567
almohada	14%	496

Fuente: Elaboración Propia.

Teniendo en cuenta lo anterior se realizó entonces la demanda mensual de los productos de Importaciones Baby Stuff Ltda que se muestra en la tabla 3.23.

Tabla 3.23 Demanda mensual porcentual de Baby Stuff Ltda.

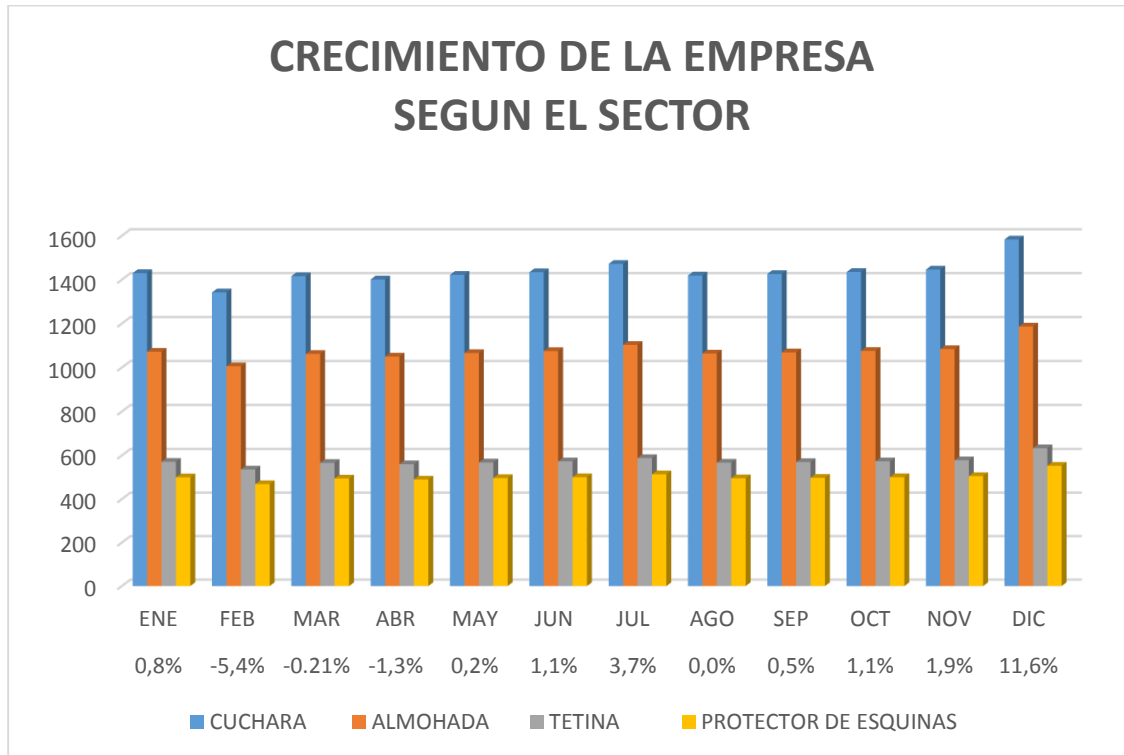
2015	% DEL SECTOR	0,8%	-5,4%	-0.21%	-1,3%	0,2%	1,1%
MESES/PRODUCTOS	UNIDADES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
CUCHARA	1.419	1.430	1.342	1.416	1.401	1.422	1.434
ALMOHADA	1.064	1.072	1.006	1.062	1.050	1.066	1.075
TETINA	567	571	536	566	560	568	573
PROTECTOR DE ESQUINAS	496	500	469	495	490	497	501

2015	% DEL SECTOR	3,7%	0,0%	0,5%	1,1%	1,9%	11,6%
MESES/PRODUCTOS	UNIDADES	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
CUCHARA	1.419	1.472	1.419	1.426	1.435	1.446	1.583
ALMOHADA	1.064	1.103	1.064	1.069	1.076	1.084	1.187
TETINA	567	588	567	570	573	578	633
PROTECTOR DE ESQUINAS	496	514	496	498	501	506	553

Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 3.7 Se muestra el comportamiento de los productos de la empresa según el mes.

Figura 3.7 Comportamiento de los productos según el mes.



Fuente: Elaboración Propia.

Según la figura anterior podemos identificar que nuestra empresa tiene mayor tendencia al crecimiento en los meses de Julio y diciembre.

Este análisis fue realizado con una variable que nos muestra el comportamiento que tiene el sector de cosméticos y aseo mostrado anteriormente en la Figura 3.6. Adicional agregamos las cantidades a comercializar en cada producto, para obtener un porcentaje de crecimiento para nuestra empresa.

3.8.2 Proyeccion De La Demanda a 5 años

Para sacar la proyeccion de la demanda a 5 años, realizamos un analisis del comportamiento que tuvo el sector en todo el año. Esto se puede evidenciar mediante los promedios, pertenecientes a la tabla 3.22. Para cada año se agrego un promedio de crecimiento o decrecimiento que impactaria a la empresa según el movimiento que tiene el sector al que pertenecemos.

A continuacion encontraremos un analisis por año del comportamiento de Baby Stuff Ltda.

Tabla 3.24 Porcentaje de crecimiento año 2016 de Baby Stuff Ltda.

2016		
MESES/PRODUCTOS	% CREC	Total unidades anuales
CUCHARA	3,0%	17742
ALMOHADA	3,0%	13301
TETINA	3,0%	7090
PROTECTOR DE ESQUINAS	3,0%	6200

Fuente: Elaboración Propia.

Para el año 2016 la empresa tendra una tendencia a crecer un 3.0% según lo evidenciado en la grafica del sector, y dependiendo de la demanda de los productos.

Tabla 3.25 Porcentaje de crecimiento año 2017 de Baby Stuff Ltda.

2017		
MESES/PRODUCTOS	% CREC	Total unidades anuales
CUCHARA	4%	18451
ALMOHADA	4%	13833
TETINA	4%	7373
PROTECTOR DE ESQUINAS	4%	6448

Fuente: Elaboración Propia.

Para el año 2017 la empresa tendra una tendencia a crecer un 4.0% según lo evidenciado en la grafica del sector, y dependiendo de la demanda de los productos.

En esta tabla el porcentaje de crecimiento aumenta un 1% las ventas creando una mejor rentabilidad para la empresa.

Tabla 3.26 Porcentaje de crecimiento año 2018 de Baby Stuff Ltda.

2018		
MESES/PRODUCTOS	% CREC	Total unidades anuales
CUCHARA	4%	19189
ALMOHADA	4%	14386
TETINA	4%	7667
PROTECTOR DE ESQUINAS	4%	6705

Fuente: Elaboración Propia.

Para el año 2018 Baby Stuff Ltda, tiene una tendencia de estabilidad en el mercado.

Tabla 3.27 Porcentaje de crecimiento año 2019 de Baby Stuff Ltda.

2019		
MESES/PRODUCTOS	% CREC	Total unidades anuales
CUCHARA	4,5%	20052
ALMOHADA	4,5%	15033
TETINA	4,5%	8012
PROTECTOR DE ESQUINAS	4,5%	7006

Fuente: Elaboración Propia.

La tabla anterior nos muestra que la empresa crece nuevamente en sus ventas, aumentano la rentabilidad y ventas de la empresa.

Tabla 3.28 Porcentaje de crecimiento año 2020 de Baby Stuff Ltda.

2020		
MESES/PRODUCTOS	% CREC	Total unidades anuales
CUCHARA	3,5%	20753
ALMOHADA	3,5%	15559
TETINA	3,5%	8292
PROTECTOR DE ESQUINAS	3,5%	7251

Fuente: Elaboración Propia.

La Empresa Baby Stuff Ltda muestra una tendencia de decrecimiento según el sector, esta variable se puede presentar por altos índices en la competitividad u otros factores que nos pueden afecta directamente.

3.8.3 Plan de ventas mensual por internet

El plan de ventas mensual en el primer año de funcionamiento de la empresa (2015) se realizó teniendo en cuenta el porcentaje de participación de los productos para bebés en el total del las ventas online en Colombia. En este sentido y según Portafolio, 2015:

las categorías que, aunque no tienen una participación tan representativa como las anteriores, están emergiendo, como los artículos para decoración y el hogar, un segmento que, aunque estaba reservado a las tiendas físicas, comienza a relucir en el entorno virtual y ya está presente en el 24,7 por ciento de las adquisiciones realizadas por las mujeres. Lo mismo pasa con los productos infantiles (16,7 por ciento) y los libros (16,1 por ciento).

En la tabla 3.29 se muestra el plan de ventas online de Baby Stuff Ltda. Para el año 2015 en cada uno de los productos. Tomando como variación porcentual de cada mes se realiza la división del 16,7% que representa la participación en las ventas online entre los 12 meses del año, esto nos da un resultado de 1.40% de variación en cada mes.

Tabla 3.29 Plan de Ventas Online Baby Stuff Ltda

PLAN DE VENTAS ONLINE				
	Cuchara	Almohada	Tetina	Protector de Esquinas
Enero	20	15	7	7
Febrero	18	14	7	6
Marzo	19	14	7	6
Abril	19	14	7	6
Mayo	19	14	7	6
Junio	20	15	8	7
Julio	20	15	8	7
Agosto	19	14	7	6
Septiembre	19	14	7	6
Octubre	20	15	8	7
Noviembre	20	15	8	7
Diciembre	22	16	7	8

Fuente: Elaboración Propia.

CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados Comerciales

Los productos que comercializará Baby Stuff Ltda. Son todos importados desde China. En este sentido no se tienen en cuenta beneficios arancelarios ya que Colombia actualmente no tiene un acuerdo comercial con China.

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

Según Santander Trade (2015) en China actualmente no existe un impuesto a la exportación. Sin embargo se puede considerar que el IVA (17%), no reembolsable en caso de exportación de algunos productos.

4.2.1 Tetina Adaptable a Cualquier Base

En la tabla 4.1 se muestra la verificación en la página oficial de la DIAN, consulta de arancel, la subpartida arancelaria de la tetina adaptable.

Tabla 4.1 Subpartida Arancelaria Tetina Adaptable a Cualquier Base.



The screenshot shows the DIAN website interface. On the left is a navigation menu with options like 'Consultas Arancel', 'General', 'Por medidas', etc. The main content area is titled 'Perfil de la mercancía' and contains a table with the following data:

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	3924.90.00.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Plástico y sus manufacturas Vajilla y artículos de uso doméstico y artículos de higiene o tocador, de plástico. - Los demás			01-ene-2007	...	
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

Fuente: DIAN (2015).

Este, además de ser un artículo o producto de libre importación, cuenta con:

- **Gravamen: 15%**

- **IVA:** 16%

4.2.2 Cuchara con Indicador de Temperatura

En la tabla 4.2 se muestra la verificación en la página oficial de la DIAN, consulta de arancel, la subpartida arancelaria de la Cuchara con indicador de temperatura.

Tabla 4.2 Subpartida Arancelaria Cuchara con Indicador de Temperatura.



The screenshot shows the DIAN website interface. On the left is a navigation menu for 'DIAN - MUISCA - ARANCEL'. The main content area is titled 'Perfil de la mercancía' and contains a table with the following data:

DATOS GENERALES				
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde
ARIAN	3924.10.90.00			01-ene-2007
Descripción	Plástico y sus manufacturas Vajilla y artículos de uso doméstico y artículos de higiene o tocador, de plástico. - Vajilla y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina: - - Los demás			01-ene-2007
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007

Fuente: DIAN (2015).

Este, además de ser un artículo o producto de libre importación, cuenta con:

- **Gravamen:** 15%
- **IVA:** 16%

4.2.3 Protector de Esquinas para Muebles

En la tabla 4.3 se muestra la verificación en la página oficial de la DIAN, consulta de arancel, la subpartida arancelaria del Protector de esquinas para muebles.

Tabla 4.3 Subpartida Arancelaria Protector de Esquinas para Muebles.



The screenshot shows the DIAN website interface. At the top left is the logo for the República de Colombia and DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales). The main heading is 'Perfil de la mercancía'. Below this is a table with columns: Nivel Nomenclatura, Código Nomenclatura, Código Complem., Código Suplem., Desde, and Hasta. The 'Código Nomenclatura' 3926.90.90.90 is highlighted with a red box. The 'Descripción' row contains the text: 'Plástico y sus manufacturas Las demás manufacturas de plástico y manufacturas de las demás materias de las partidas 39.01 a 39.14. - Las demás: -- Los demás: --- Los demás'. The 'Unidad física' row shows 'u - Unidades o artículos'.

Perfil de la mercancía					
DATOS GENERALES					
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta
ARIAN	3926.90.90.90			01-ene-2007	...
Descripción	Plástico y sus manufacturas Las demás manufacturas de plástico y manufacturas de las demás materias de las partidas 39.01 a 39.14. - Las demás: -- Los demás: --- Los demás			01-ene-2007	...
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...

Fuente: DIAN (2015).

Este, además de ser un artículo o producto de libre importación, cuenta con:

- **Gravamen:** 10%
- **IVA:** 16%

4.2.4 Almohada Ergonómica con Altavoces

En la tabla 4.4 se muestra la verificación en la página oficial de la DIAN, consulta de arancel, la subpartida arancelaria de la Almohada ergonómica con altavoces.

Tabla 4.4 Subpartida Arancelaria Almohada Ergonómica con Altavoces.

DIAN - MUISCA - ARANCEL		Perfil de la mercancía				
Consultas Arancel						
General		DATOS GENERALES				
Por medidas	Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta
Por código de nomenclatura	ARIAN	9404.90.00.00			01-ene-2007	...
Estructura nomenclatura	Descripción	Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y artículos similares; construcciones prefabricadas Somieres; artículos de cama y artículos similares (por ejemplo: colchones, cubrepiés, edredones, cojines, pufes, almohadas), bien con muelles (resortes), bien rellenos o guarnecidos interiormente con cualquier materia, incluidos los de caucho o plástico celulares, recubiertos o no. - Los demás			01-ene-2007	...
Índice alfabético arancelario	Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...
Reglas generales de la nomenclatura						
▶ Por texto						

Fuente: DIAN (2015).

Este, además de ser un artículo o producto de libre importación, cuenta con:

- **Gravamen:** 15%
- **IVA:** 16%

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

Los productos: Tetina Adaptable a Cualquier Base, Cuchara con Indicador de Temperatura y Almohada Ergonómica con Altavoces no requieren de vistos buenos o del cumplimiento de requisitos previos a la importación de los mismos.

Sin embargo, según Santander Trade (2015) en China para la exportación es necesario que el proveedor proporcione:

- Factura
- Certificado de origen
- Declaración de aduanas.

Y como declaraciones necesarias:

- País de origen.
- Valor y descripción de la mercancía.
- Composición de la mercancía.
- Acabado/semiacabado.
- Nombre/datos del proveedor.
- Destino del producto.
- Destinatario.
- Código HS.

4.3.1 Protector de Esquinas para Muebles

Los requisitos previos para la importación de este producto en materia de documentos soporte son:

- Certificado de Conformidad con Reglamento Técnico expedido por la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Certificado de Uso Personal expedido por la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Declaración de cumplimiento del Reglamento Técnico expedido por la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Registro como Importador expedido por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Todos los requisitos anteriormente mencionados son de carácter opcional.

4.4 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora

Teniendo en cuenta el plan de ventas mensual de Baby Stuff Ltda. Las cotizaciones se solicitaron de modo que se pueda abastecer el mercado de consumidores potenciales a un mes.

4.4.1 Tetina Adaptable a Cualquier Base

La capacidad exportadora mensual del proveedor en China de este producto es de 10.000.000 tetinas por mes. En la Tabla 4.5 se muestra la cotización de la Tetina y la capacidad de producción del proveedor.

Tabla 4.5 Cotización Tetina Adaptable a Cualquier Base.



Silicone Feeding Nipple/liquid silicone nipple/BPA free

FOB Price: **US \$0.01 - 0.6 / Piece** | [Get Latest Price](#)

Min. Order Quantity: 1,000,000 Set/Sets machine

Supply Ability: 10,000,000 Piece/Pieces per Month

Port: Guangzhou port

Payment Terms: L/C,T/T,Western Union

Quantity Set/Sets

Please write your requirement here.

Recommend matching suppliers if this supplier doesn't contact me on Message Center within 24 hours.

I agree to share my Business Card to the supplier.

Fuente: Alibaba (2015).

El precio tomado para realizar la liquidación de la importación fue el de USD 0.6/Pieza, ya que la cantidad solicitada no cumple con el requisito para realizar un descuento por volumen de compra.

4.4.2 Cuchara con Indicador de Temperatura

La capacidad exportadora mensual del proveedor en China de este producto es de 10.000 cucharas por día, 30.000 cucharas por mes. En la tabla 4.6 se muestra la cotización del proveedor.

Tabla 4.6 Cotización Cuchara con Indicador de Temperatura.



Guangzhou plastic Baby color changed Temperature Spoon

FOB Price: **US \$0.36 - 0.45 / Piece** | [Get Latest Price](#)

Min. Order Quantity: 3000 Piece/Pieces

Supply Ability: 10000 Piece/Pieces per Day OEM/ODM

Port: GUANG ZHOU

Payment Terms: L/C,T/T

Quantity Piece/Pieces

Please write your requirement here.

Recommend matching suppliers if this supplier doesn't contact me on Message Center within 24 hours.

I agree to share my Business Card to the supplier.

Fuente: Alibaba (2015).

En la tabla 4.7 se muestra la adaptación de la capacidad exportadora del proveedor de acuerdo al requerimiento específico de la empresa, las cucharas deben ser envidas empacadas por pares.

Tabla 4.7 Capacidad exportadora ajustada a la empresa.

CÁLCULO CAPACIDAD DE EXPORTACIÓN CUCCHARAS	
Capacidad proveedor	10.000/día
10.000*30 días	=30.000
30.000/2	=15.000 pares por mes

Fuente: Elaboración Propia.

El precio tomado para realizar la liquidación de la importación fue el de USD 0.45/Pieza, ya que la cantidad solicitada no cumple con el requisito para realizar un descuento por volumen de compra.

4.4.3 Protector de Esquinas para Muebles

La capacidad exportadora mensual del proveedor en China de este producto es de 10.000.000 sets x 3 unidades cada uno de protectores de esquinas para muebles por mes. En la tabla 4.8 se muestra esta capacidad que promete el proveedor

Tabla 4.8 Cotización Protector de Esquinas para Muebles.

Baby Safety NBR sharp corner protectors, glass table corner protector

FOB Price: **US \$1.5 - 2 / Set** | [Get Latest Price](#)

Min.Order Quantity: 3000 Set/Sets

Supply Ability: 10000000 Set/Sets per Month

Port: Guangzhou

Payment Terms: L/C,T/T

Quantity Set/Sets

Please write your requirement here.

Recommend matching suppliers if this supplier doesn't contact me on Message Center within 24 hours.

I agree to share my Business Card to the supplier.

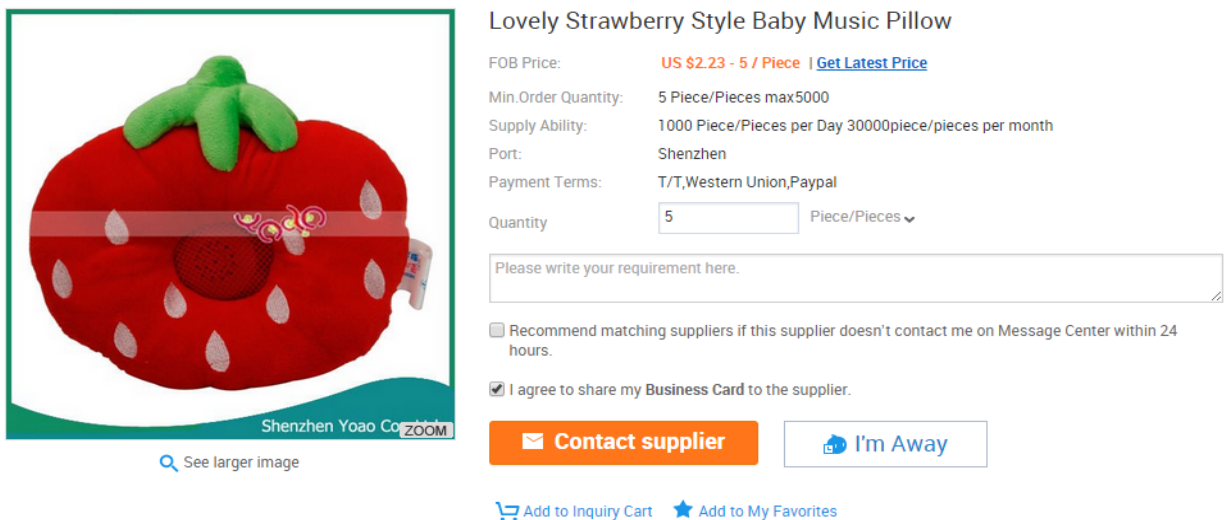
Fuente: Alibaba (2015).

El precio tomado para realizar la liquidación de la importación fue el de USD 1.5/Pieza ya que la cantidad solicitada cumple con los requisitos para realizar descuentos por volúmenes de compra.

4.4.4 Almohada Ergonómica con Altavoces

La capacidad exportadora mensual del proveedor en China de este producto es de 30.000 unidades de almohadas por mes. En la tabla 4.9 se muestra la capacidad exportadora de nuestro proveedor ubicado en China.

Tabla 4.9 Cotización Almohada Ergonómica con Altavoces.



Lovely Strawberry Style Baby Music Pillow

FOB Price: **US \$2.23 - 5 / Piece** | [Get Latest Price](#)

Min. Order Quantity: 5 Piece/Pieces max5000

Supply Ability: 1000 Piece/Pieces per Day 30000piece/pieces per month

Port: Shenzhen

Payment Terms: T/T,Western Union,Paypal

Quantity: Piece/Pieces ▾

Please write your requirement here.

Recommend matching suppliers if this supplier doesn't contact me on Message Center within 24 hours.

I agree to share my Business Card to the supplier.

[Contact supplier](#) [I'm Away](#)

[Add to Inquiry Cart](#) [Add to My Favorites](#)

Fuente: Alibaba (2015).

El precio tomado para realizar la liquidación de la importación fue el de USD 5/Pieza, ya que la cantidad solicitada no cumple con el requisito para realizar un descuento por volumen de compra.

4.5 Participación en Ferias Especializadas

En la actualidad alrededor del mundo se celebran anualmente un gran número de ferias especializadas a la puericultura tanto en el continente americano como en otros países del mundo.

Algunas de ellas según Portalferias (2015) son:

- Feria Mamá y Bebe

Lugar y Fecha: Santiago de Chile, Chile. Del 25 al 27 de Septiembre de 2015

- InfaInno 2015 Hannover

Lugar y Fecha: Hannover, Alemania. Del 17 al 18 de Octubre de 2015

- Feria Puericultura Madrid 2015


Lugar y Fecha: Madrid, España. Del 1 al 4 de Octubre de 2015

Este listado es una pequeña parte del gran número de ferias que se celebran anualmente en todo el mundo con el objetivo de presentar las nuevas tendencias en cuidado de los bebés, ya sea productos, ropa, alimentación, asesoría, entre otras exposiciones.

La elegida por Baby Stuff para asistir y conocer los nuevos productos y además para realizar negociaciones con otros proveedores será la feria Puericultura Madrid, esta feria se realizará en el centro de exposiciones Feria de Madrid los primeros 4 días de Octubre.

En la tabla 4.10 se desglosan los costos en los que se incurrirían si se asistiera a la Feria Puericultura Madrid, se hará el supuesto que a la feria asistirán dos personas de la compañía.

Tabla 4.10 Costos de asistencia a Feria Puericultura Madrid.

RELACIÓN DE COSTOS DE ASISTIR A LA FERIA "PUERICULTURA MADRID 2015" 			
Concepto	Valor (2 personas)		Fuente
	EURO	COP	
Tiquetes aéreos + hospedaje		\$ 9,215,981	www.despegar.com
Viaticos		\$ 1,000,000	Elaboración propia
Alimentación		\$ 1,000,000	Elaboración propia
Brochure y elementos de publicidad		\$ 800,000	Elaboración propia
Inscripción (incluye el montaje del stand)	\$ 2,750	\$ 9,238,145	www.ifema.es
Elementos promocionales	\$ 220	\$ 739,057	
	Total COP	\$ 21,993,183	

Fuente: Elaboración Propia

Para efectos de verificación en la tabla 4.11 se muestra la cotización de la participación en la feria Puericultura Madrid 2015. En la tabla 4.12 se muestra la cotización de tiquetes aéreos con destino a Madrid-España.

Tabla 4.11 Cotización feria Puericultura Madrid 2015.

PRESUPUESTO DE PARTICIPACIÓN EN FERIA - PUERICULTURA MADRID 2015 Paso 1 2 3 4

Estado actual del presupuesto

Feria: PUERICULTURA MADRID 2015
 Presupuesto elaborado para: BABY STUFF LTDA

Resumen del presupuesto

	Uds.	Precio(€)	Eliminar	Base imponible Tipo IVA	Total con IVA(€)
CARACTERÍSTICAS ESPACIO					
ESPACIO MODULAR MODA 12 M2	1,00	2.000,00		2.000,00 € 10 %	2.200,00 €
M2 MÓDULO ADICIONAL ESPACIO MODA	3,00	188,88		499,98 € 10 %	549,98 €
ELEMENTOS INCLUIDOS					
PASES DE EXPOSITOR	5,00				
INVITACIONES ELECTRONICAS	20,00				
SERVICIOS DE OBLIGADA CONTRATACIÓN (*)					
PRESENCIA EN ELEMENTOS PROMOCIONALES	1,00	200,00		200,00 € 10 %	220,00 €
Total				2.699,98 €	2.969,98 €

Fuente: IFEMA (2015).

Tabla 4.12 Cotización tiquetes aéreos.

Travelodge Torrelaguna
 ★★ ★ 5,1 km del centro Ver mapa

✈️ IDA Mar 29 Sep 2015 + KLM
 Sale: 15:29 MDE → MAD Llega: 16:20 2 Escalas

✈️ VUELTA Lun 5 Oct 2015 KLM +
 Sale: 06:00 MAD → MDE Llega: 20:01 2 Escalas

[Modificar vuelo](#)

Ahora \$ 76.264

~~\$ 2.545.034~~
\$ 2.507.799

2 personas \$ 5.015.598
 Imp. y tasas \$ 4.200.383

TOTAL: \$ 9.215.981

Hotel + Vuelo por persona

Fuente: Despegar.com (2015).

4.6 Rutas de Acceso

En la figura 4.1 se muestra el mapa del mundo con las rutas de acceso marítimo desde los principales puertos en China (Dalian, Tianjin, Qingdao, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Xiamen, Fuzhou, Yantai y Yingkou) hasta los principales puertos en Colombia (Barranquilla, Buenaventura, Cartagena y Santa Marta).

Figura 4.1 Rutas de acceso marítimo China-Colombia.



Fuente: Colombiatrade (2012).

En la figura 4.2 se muestra el mapa del mundo con las rutas de acceso vía aérea desde los principales aeropuertos de carga en China (Guangzhou, Beijing, Shanghai, Hong Kong, Chengdu, Shenzhen, Xiamen) hasta los principales aeropuertos de carga en Colombia (José María Córdova, Ernesto Cortissoz, Alfonso Bonilla Aragón, El Dorado).

Figura 4.2 Rutas de acceso vía aérea China-Colombia.



Fuente: Colombiatrade (2012).

El medio de transporte principal elegido por la empresa para la importación de los productos desde China es marítimo. Teniendo en cuenta la ubicación de nuestro proveedor el puerto de salida de la mercancía es el Puerto de Guangzhou con llegada a la Sociedad Portuaria de Buenaventura.

4.7 Liquidación de Costos de Importación

Inicialmente a nuestro proveedor Valueder ubicado en China se le hará un pedido mensual de 3.794 unidades de todos los productos.

En la tabla 4.13 se muestra la relación entre el plan de ventas mensual de la empresa y los lotes de pedidos que se le haran de manera mensual al proveedor teniendo en cuenta el inventario de seguridad que se quiere tener, tambien se detallan las principales características de la mercancía como el peso y el volumen , todos estos datos son de apoyo para la liquidación de la importación.


Tabla 4.13 Relación de pedidos mensuales al proveedor.

		CANTIDAD (Pedido al Proveedor)	% DE PARTICIPACIÓN	PESO	% DE PARTICIPACIÓN	VOLUMEN	% DE PARTICIPACIÓN	RELACIÓN P/V
	TETINA							
Cantidad Plan de Ventas	1.065	1.200	31,63	2,4 kg	8,14	0,10 mt3	4,71	8,66
	CUCHARA							
Cantidad Plan de Ventas	1.419	1.500	39,5	5,25 kg	17,8	0,10 mt3	4,71	17,32
	PROTECTOR DE ESQUINAS							
Cantidad Plan de Ventas	567	594	15,66	9,17 kg	31,1	0,05 mt3	2,35	8,66
	ALMOHADA							
Cantidad Plan de Ventas	496	500	13,18	12,65 kg	42,9	1,87 mt3	88,20	311,83
TOTAL	3.547	3.794	100	29,47 kg	100	2,12 mt3	100	346,47

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla 4.14 se muestra la liquidación de la primera importación realizada por Baby Stuff de acuerdo a las cotizaciones del proveedor y los agentes de carga y aduaneros, en este caso se decidió manejar el embarque de manera consolidado via marítima, pues es una modalidad que permite ahorrar costos. Todos los valores dados en la tabla estan dados en USD, exceptuando los valores resaltados en color azul que estos se encuentran en Pesos Colombianos.

Tabla 4.14 Liquidación de Importación.

LIQUIDACIÓN DE IMPORTACION BABY STUFF LTDA 					
TERMINO	ESQUINEROS	CUCHARAS	TETINA	ALMOHADA MUSICAL	TOTAL
Valor de la mercancía	\$ 297.00	\$ 675.00	\$ 720.00	\$ 2,500.00	
FOB USD	\$ 297.00	\$ 675.00	\$ 720.00	\$ 2,500.00	\$ 4,192.00
Flete internacional	\$ 17.72	\$ 10.14	\$ 4.63	\$ 24.45	
CFR USD	\$ 314.72	\$ 685.14	\$ 724.63	\$ 2,524.45	\$ 4,248.94
Seguro Internacional	\$ 2.22	\$ 4.83	\$ 5.11	\$ 17.82	
CIF USD	\$ 316.94	\$ 689.97	\$ 729.74	\$ 2,542.27	\$ 4,278.92
Desconsolidación	\$ 60.00	\$ 10.68	\$ 4.88	\$ 25.74	
Manejo Portuario	\$ 26.25	\$ 26.25	\$ 26.25	\$ 26.25	
Uso de Instalaciones	\$ 7.77	\$ 4.45	\$ 2.03	\$ 10.72	
DAT USD	\$ 410.96	\$ 731.35	\$ 762.90	\$ 2,604.98	\$ 4,510.19
Transporte Interno	\$ 35.61	\$ 20.38	\$ 9.32	\$ 49.12	
Seguro Nacional	Lo cubre el seguro internacional				
DAP USD	\$ 446.57	\$ 751.73	\$ 772.22	\$ 2,654.10	\$ 4,624.62
Tributos Aduaneros	\$ 87.47	\$ 230.44	\$ 243.73	\$ 849.11	
Agenciamiento Aduanero	\$ 8.59	\$ 18.72	\$ 19.80	\$ 69.00	
Gastos Varios	\$ 2.28	\$ 2.28	\$ 2.28	\$ 2.28	
Asistencia	\$ 2.28	\$ 2.28	\$ 2.28	\$ 2.28	
Elaboracion declaración	\$ 0.83	\$ 0.83	\$ 0.83	\$ 0.83	
Fotocopia, comunicación	\$ 0.73	\$ 0.73	\$ 0.73	\$ 0.73	
DDP USD	\$ 548.75	\$ 1,007.01	\$ 1,041.87	\$ 3,578.33	\$ 6,175.96
DDP COP	\$ 1,653,361.80	\$ 3,034,080.85	\$ 3,139,112.64	\$ 10,781,365.16	\$ 18,607,920.44
DDP Unidad	\$ 2,783.44	\$ 2,022.72	\$ 2,615.93	\$ 21,562.73	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 4.15 se compara el costo de cada uno de los productos en terminos DDP es decir nacionalizado y puesto en nuestras bodegas en Medellín , respecto al precio de venta de los productos similares de la competencia.


Tabla 4.15 Comparación costo DDP VS precio de la competencia.

COMPARATIVO DE PRECIOS BABY STUFF VS COMPETENCIA				
PRODUCTO	COSTO DDP/UND	EMPRESA COMPETIDORA	PRODUCTO	PRECIO DE REFERENCIA
Tetina adaptable a cualquier base	COP 2,616	Pepe Ganga (Baby Ganga)	Tetina anatómica de flujo bajo	COP 15,920
		Falabella (Categoría Infantil)	Dr. Brown's Chupo nivel 1x2 estándar	COP 12,900
		Baby Panda	Chupo AVENT natural flujo recién nacido	COP 17,990
		OKBEBÉ	Tetinas para teteros Dr. Brown's boca ancha x 2	COP 14,751
Cuchara con indicador de temperatura x 2 unds	COP 4,045	Pepe Ganga (Baby Ganga)	Dúo cucharas termosensibles	COP 16,900
		Falabella (Categoría Infantil)	Dr. Brown's cuchara larga tipo espátula x 2	COP 19,900
		Baby Panda	Cucharas Plaza Sésamo x 3	COP 4,200
		OKBEBÉ	Cuchara para niños Dream Baby	COP 13,761
Protector de esquinas para muebles x 3	COP 2,783	Pepe Ganga (Baby Ganga)	Protector de esquinas x 4	COP 8,900
		Falabella (Categoría Infantil)	Dream Baby protector de esquinas x 8	COP 15,900
		OKBEBÉ	Kit de seguridad en el hogar Obebé	COP 90,935
Almohada ergonómica con altavoces	COP 21,563	Baby Panda	Almohada oso ortopédica	COP 8,800
		OKBEBÉ	Peluches para niño Sleep Smart Sensor Cloud B	COP 109,900

Fuente: Elaboración Propia

Para efectos de verificación en la tabla 4.16 se muestra la cotización o factura proforma de nuestro proveedor VALUEDER y en la tabla 4.17 se muestra la cotización de agenciamiento aduanero, transporte internacional/nacional y seguro internacional/nacional.

Tabla 4.16 Cotización proveedor VALUEDER.



免费服务热线:
400-0282-114

PROFORMA INVOICE

Invoice to: IMPORTACIONES BABY STUFF LTDA Medellin, Colombia Carrera 52 # 19 - 30 Nit: 890.900.010.5 E-mail: importaciones@bbstuff.com Ph:(57-4 4217757) Fax:(57-4 5989763)	Ship to: VANGUARD LOGISTICS SERVICES GUANGZHOU2201-7 Baihui Plaza, Zhongshan 5 Road Yuexiu, Guangzhou/China Chloe Ho E-mail: chloe.ho@vls.com.cn Ph: 8620-8364-9686	Invoice Date: 31/9/15 Invoice No: 9457 Customer Ref: 873
--	---	--

Full description of goods	Stock Ref	Qty	Unit price	Total
Plastic baby color changed temperature spoon	CJ021	1500	0,45	675
Silicone feeding nipple/BPA free	PJ022	1200	0,6	720
Baby safety NBR sharp corner protectors	DQ001	594	1,50	891
Baby music pillow	BZ017	500	5,0	2,500


Country of origin: CN – CHINA	Currency: US DOLLARS	Total nett 4,786
-------------------------------	----------------------	----------------------------

We declare that the above information is true and correct. All prices are given in FOB terms


Signed: Nicole Lee	Position: Internationals Sales Manager
--------------------	--

Fuente: Proveedor VALUEDER.

Tabla 4.17 Cotización Vanguard Logistic Services.



VANGUARD
logistics services



No. COLBOG00545-1-2

Medellin, 08 de Septiembre de 2015

COTIZACIÓN FLETE MARÍTIMO

Cotizacion No. 15/09/10952

Cliente:	Mariana Obando Garcia
Contacto:	
E-mail:	
Teléfono:	
Oferta válida desde:	8-sep.-15
Oferta válida hasta:	30-oct.-15

De acuerdo con su solicitud nos permitimos presentar en nuestra calidad de agentes de carga la oferta para el servicio de transporte seleccionado, la cual está sujeta a aprobación y cambios que su compañía requieran:

Condiciones económicas:

2. FLETE INTERNACIONAL LCL:

2.1 Desde FOB puerto de origen hasta libre arribo puerto de destino:
(Cotización para Carga General No Peligrosa / No extradimensionada)

ORIGEN	DESTINO	Ton / m3	Min.	FRECUENCIA	T.T
GUANGZHOU	BUENAVENTURA	37 USD	57 USD	SEMANAL	35 DIAS

Tarifa sujeta a GRR: 15 USD /Ton/m3 Min. 15 USD

Por favor tener en cuenta que si el peso es igual ó mayor al volumen se cobrará un recargo por 15 USD /Tonelada
-(Aplica para cargas desde Lejano Oriente o via Lejano Oriente)

Tarifas sujeta a cambios sin previo aviso por incremento en el BAF, GRI, GRR, PSS.

3. GASTOS EN DESTINO LCL:

Desconsolidacion	USD 15 W/M	MIN USD 60
Manejo portuario		USD 105
Uso de Instalaciones	USD 4,5 w/m	MIN USD 25
Collect Fee	4%	MIN USD 35
Recargo IMO (Si Aplica)	80 USD	/ Embarque

De acuerdo con su solicitud nos permitimos presentar en nuestra calidad de agentes de carga la oferta para el servicio de transporte seleccionado, la cual está sujeta a aprobación y cambios que su compañía requieran:

Condiciones económicas:

**1. FLETE TERRESTRE LCL:
(Relación 1 TON = 2 CBM)**

ORIGEN	DESTINO	RANGO	TARIFA	TIEMPO DE TRANSITO
BUENAVENTURA	MEDELLIN	DE 1 A 1.000 KG	\$ 345.000	2 DIAS APROX.
BUENAVENTURA	MEDELLIN	DE 1001 A 2000 KG	\$ 690.000	2 DIAS APROX.
BUENAVENTURA	MEDELLIN	DE 2001 A 3000 KG	\$ 900.000	2 DIAS APROX.
BUENAVENTURA	MEDELLIN	DE 3001 A 4000 KG	\$ 1.150.000	2 DIAS APROX.
BUENAVENTURA	MEDELLIN	DE 4001 A 5000 KG	\$ 1.380.000	2 DIAS APROX.
BUENAVENTURA	MEDELLIN	DE 5001 A 6000 KG	\$ 1.610.000	2 DIAS APROX.
BUENAVENTURA	MEDELLIN	DE 6001 A 7000 KG	\$ 1.840.000	2 DIAS APROX.

SERVICIO EXPRESSO			
BUENAVENTURA	MEDELLIN	TURBO Hasta 4 Tons - 10 CBM	\$ 1.480.000
BUENAVENTURA	MEDELLIN	SENCILLO Hasta 7 Tons - 27 CBM	\$ 2.150.000

Notas:

- Tener en cuenta que la relación en transporte terrestre es de 1=2 (1 TON = 2 CBM)
- El peso será calculado a razón de 1 ton igual a 2cbm y de este resultado se aplicará la facturación sobre el mayor valor de la relación peso/volumen.
- Sujeto a consolidación de 3 a 5 días.
- Incluye cargue y descargue con estibadores.
- Tarifa sujeta a cambios por aumento en el combustible y estado de las vías.
- Tiempo en tránsito sujeta a condiciones climáticas y estado de las vías.

RECARGOS:

- Valores al costo por los ítems generados en puerto (**Ver servicios Que No Incluye**)
- Se tomará escolta dependiendo el producto, valor comercial de la mercancía y/o condición de póliza
- En caso de requerir escolta se prorrateará de acuerdo al valor comercial de cada mercancía

SERVICIOS QUE INCLUYE LA TARIFA	SERVICIOS QUE NO INCLUYE
*Coordinación logística de la operación	*Bodegajes a partir del 4to día de arribo de la carga a puerto para cargas que lleguen a SPRB ó Cartagena. Para cargas sueltas que se manejen por TCBUEN aplica bodegajes desde el arribo de la mercancía.
• Tres (3) días libres de bodegajes en puerto a partir de la llegada de la M/N a puerto	*Cargue y Descargue
* Un (1) día libre de bodegajes en TCBUEN para carga suelta	*Seguro para la mercancía.
* Transporte terrestre desde puerto a destino final	*Stand By del vehículo después de 12 horas del arribo a su destino final.
	*Liberaciones.
	*Costo en SPRC por Desconsolidación Documental (Cartagena).
	*Escolta ó acompañamiento de las mercancías en el trayecto terrestre.
	*Para cargas IMO, Sujeto a consolidación
	*Uso de instalaciones portuarias

DOCUMENTACION REQUERIDA:

Copia póliza de seguro y solicitud del servicio diligenciada, HB/L original, Factura Comercial incluyendo termino de negociación y moneda, Lista de empaque, Descripción de la mercancía en español, Ficha técnica y descripción en español (para cargas peligrosas), Copia póliza de seguro, Copia del Rut.

REQUISITOS PARA PRESTAR EL SERVICIO:

La documentación exigida para el trámite del transporte terrestre debe ser recibida por VANGUARD LOGISTICS SERVICES S.A. una vez la carga ha sido nacionalizada.

Los bodegajes causados por situaciones originadas en orden de autoridad, serán por cuenta del cliente.

Dependiendo de las condiciones de seguridad imperantes para el momento, el trayecto y el tipo de mercancía, se exigirá el uso de escoltas y/o acompañamiento vial, siempre buscando los máximos estándares de seguridad para la carga.

El cliente es responsable por los perjuicios que puedan resultar de la falta, insuficiencia o irregularidad en los informes de la carga o de los documentos entregados a VANGUARD LOGISTICS SERVICES COLOMBIA S.A.

2. SEGURO INTERNACIONAL:

Estamos en condiciones de asegurar sus mercancías para trayectos tanto nacionales como internacionales y para cualquier modalidad de transporte; con las siguientes condiciones:

Tasa:	0,50%
Tasa Mínima:	30 USD
Nota:	El seguro internacional cubre el trayecto nacional en destino

CONDICION	AIG		
Limites por despacho	Mercancías general: Buque: USD 250.000 Aeronave: USD 250.000 Terrestre: USD 250.000	Mercancías de alto riesgo: Buque: USD 200.000 Aeronave: USD 200.000 Terrestre: USD 200.000	Ampliación solicitud previa al despacho sin costo adicional.
Deducibles	Mercancías general: Impo/Expo/Nal y Urbano 3% del valor de la pérdida, mínimo 2 SMMLV Despachos de valor inferior a U\$3000 sin deducible. Reserva o Franquicia de U\$300	Mercancías de alto riesgo: Impo/Expo/Nal y Urbano 5% del valor de la pérdida, mínimo 3 SMMLV	Se liquida sobre el valor de la pérdida, no sobre el valor total de la mercancía.
Plazo para aviso de siniestro	3 días hábiles luego de conocer (o haberse debido conocer) el siniestro. Ampliación del plazo para aviso de siniestro a treinta (30) días, siempre y cuando el Asegurado se comprometa a proteger las acciones de subrogación y/o recobro a las que tenga derecho la Aseguradora, según la legislación vigente.		

Plazo para aviso de siniestro	3 días hábiles luego de conocer (o haberse debido conocer) el siniestro. Ampliación del plazo para aviso de siniestro a treinta (30) días, siempre y cuando el Asegurado se comprometa a proteger las acciones de subrogación y/o recobro a las que tenga derecho la Aseguradora, según la legislación vigente.							
Permanencia en tránsito	Cláusula de Permanencia para Mercancía en Tránsito, hasta sesenta (60) días. (Ampliación a este tiempo, debe ser solicitado con anticipación al vencimiento, a la compañía de seguros con al menos 48hrs de aviso)							
Condiciones de Seguridad	Horarios de Movilización: Mercancía General: 24 horas de Domingo a Domingo (No autorizado los festivos). Mercancía Alto Riesgo: Lunes a Sábado de 4:00 am a 8:00 pm. Domingos y festivos no transportar. NOTA: Las anteriores sujetas a restricciones por parte de las autoridades competentes. Ampliaciones previa autorización, sin costo adicional. <table border="1"> <tr> <td>Escolta: Durante todo el trayecto.</td> <td>GPS:</td> </tr> <tr> <td>Mercancía General Igual o superior a USD 150.000</td> <td>Mercancía General: Igual o superior a USD\$200.000</td> </tr> <tr> <td>Mercancía alto riesgo Igual o superior a USD 50.000</td> <td>Mercancía Alto Riesgo: Igual o superior a USD 100.000</td> </tr> </table>		Escolta: Durante todo el trayecto.	GPS:	Mercancía General Igual o superior a USD 150.000	Mercancía General: Igual o superior a USD\$200.000	Mercancía alto riesgo Igual o superior a USD 50.000	Mercancía Alto Riesgo: Igual o superior a USD 100.000
Escolta: Durante todo el trayecto.	GPS:							
Mercancía General Igual o superior a USD 150.000	Mercancía General: Igual o superior a USD\$200.000							
Mercancía alto riesgo Igual o superior a USD 50.000	Mercancía Alto Riesgo: Igual o superior a USD 100.000							
Otros beneficios:	1. Póliza Todo Riesgo, mayor cobertura, menos exclusiones. 2. Respaldo brindado por AIG Seguros Colombia, Multinacional con Calificación AAA, con representación en Colombia y vigilancia de la superintendencia. 3. Amparo bajo cláusulas del Instituto de Londres, respaldo y reconocimiento mundial. 4. Las mejores tasas y condiciones del mercado. 5. Deducibles sobre el valor de la pérdida. Menos deducciones en la liquidación de siniestros. Mayor indemnización. 6. Póliza exclusiva con amparo a Daños generados por actos de autoridad. Excluye embargo y comiso.							

De acuerdo con su solicitud nos permitimos presentar en nuestra calidad de agentes de carga la oferta para el servicio de transporte seleccionado, la cual está sujeta a aprobación y cambios que su compañía requieran:

TARIFAS DE SERVICIO DE AGENCIAMIENTO ADUANERO IMPORTACIONES POR PUERTOS	
Tarifa	0,45% sobre el valor CIF
Tarifa Mínima	\$ 350.000
Gastos varios	\$ 110.000
Asistencia	\$ 110.000
Arancel	% sobre el valor CIF + total aranceles
IVA	% sobre el valor CIF
Elaboración declaración	\$ 40.000
Fotocopias, Comunicaciones y Correos	\$ 35.000
Gastos Portuarios	Al costo
<p>Para el agenciamiento aduanero todos los documentos, tanto BL como factura comercial son requeridos en original ante nuestras autoridades aduaneras, por favor asegúrese que usted o el shipper envíen los documentos a tiempo.</p>	

VANGUARD LOGISTICS SERVICES COLOMBIA S.A.

OFICINA PRINCIPAL BOGOTÁ | CLL 78 NO. 9-57 OFC.1102 | TEL: 2121822

OFICINA MEDELLÍN | CRA. 39 NO. 5A-95 OFC. 308 EDIFICIO AVANT GARDE | TEL: 2666017

OFICINA BUENAVENTURA | CRA. 3 NO. 3-26 OFC.306 EDIFICIO ATLANTIS | TEL: 2434255

OFICINA CARTAGENA | MANGA SECTOR CAMPO ALEGRE 4TA AVDA CLL 29 NO. 23A-46 OFC.303 | TEL: 6608855

OFICINA BARRANQUILLA | CLL 4 NO. 30-251 INT 26 PISO 2 | TEL: 3413643

Fuente: Vanguard Logistic Services (2015).

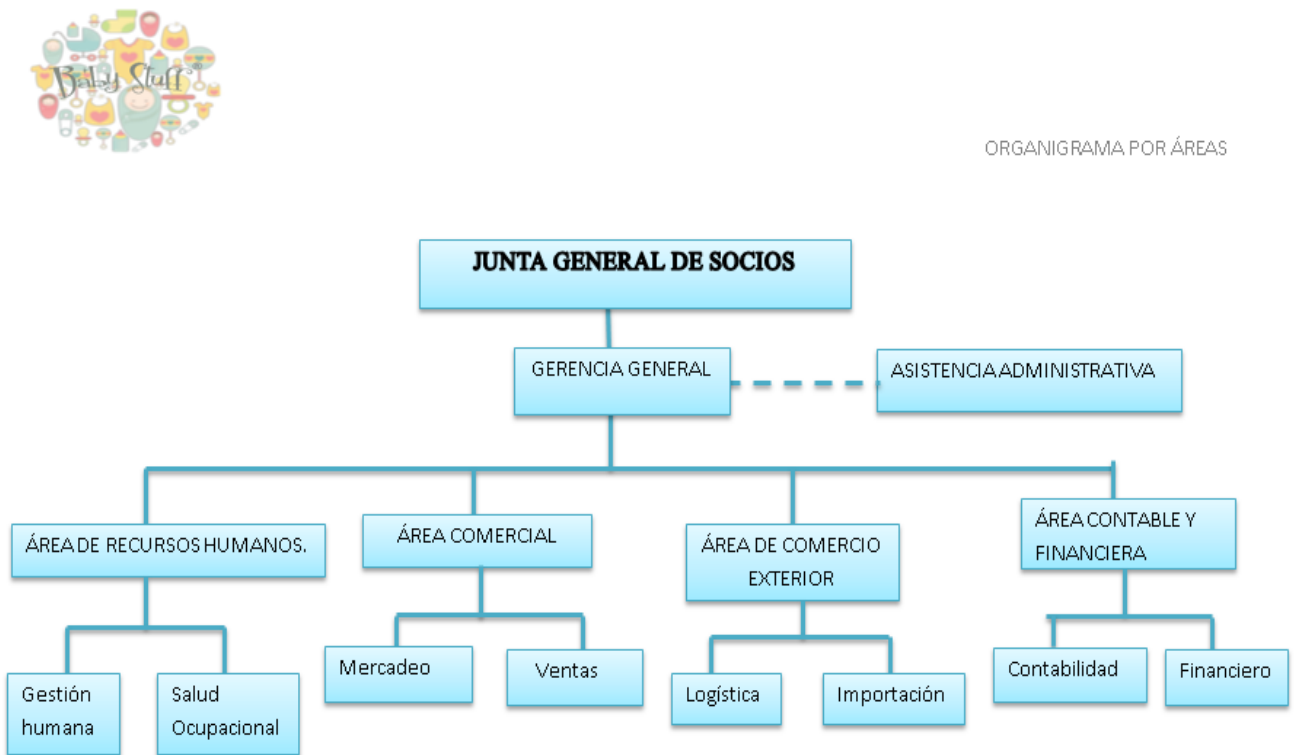
CAPITULO V. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

5.1 Estructura Organizacional del Negocio

5.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

En la Figura 5.1 se muestra el organigrama por áreas de Baby Stuff Ltda.

Figura 5.1 Organigrama por Áreas Baby Stuff.



ORGANIGRAMA POR ÁREAS

Fuente: Elaboración Propia.

De manera específica en el área de recursos humanos-Selección de personal, los trámites de mensajería, los trámites jurídicos, funciones de aseo y vigilancia serán tercerizados.

En ese sentido, las partes de gestión humana, aseo y vigilancia serán tercerizadas a través de una empresa temporal que se encargará de la atracción, evaluación y selección del personal administrativo y de aseo y vigilancia teniendo en cuenta los requerimientos de la empresa.

En la tabla 5.1 se muestra las funciones por área de la compañía para que más adelante se expliquen con mas profundidad dichas areas.

Tabla 5.1 Funciones por área de la empresa Baby Stuff Ltda.

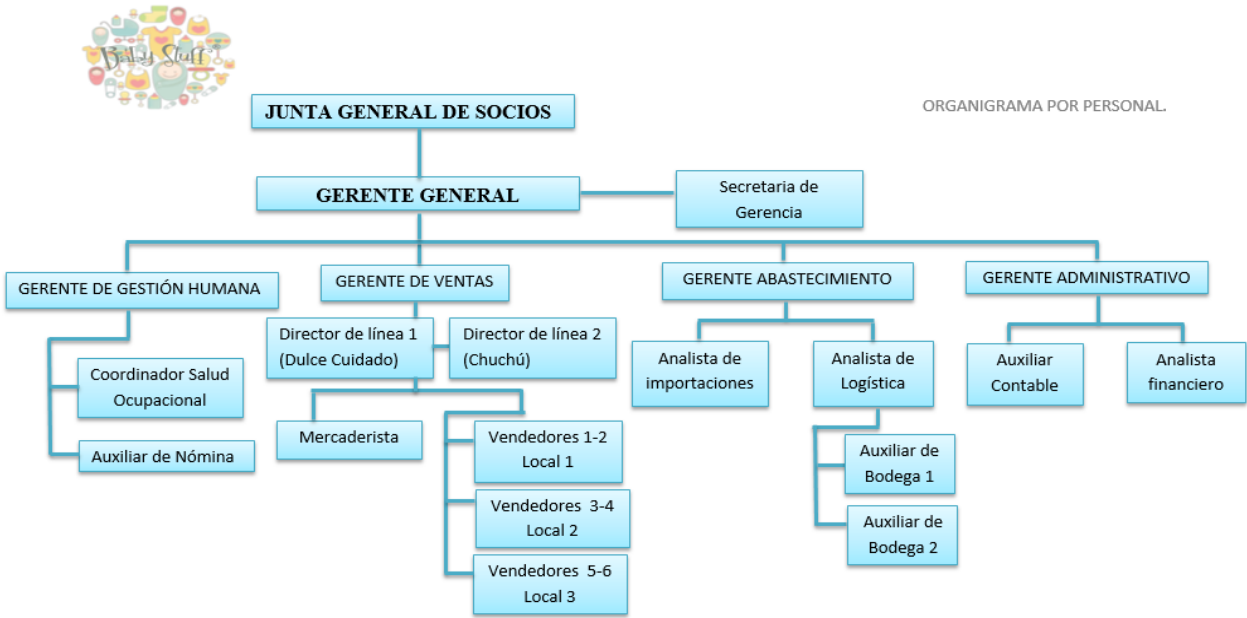
AREA	FUNCION
RECURSOS HUMANOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. GESTIONAR LA BUSQUEDA DE PERSONAL PARA LA EMPRESA EN TODAS LAS AREAS DE LA MISMA CON TODOS LOS PROCESOS IMPLICADOS, SIEMPRE Y CUANDO DICHOS PROCESOS NO ESTEN BAJO LA DIRECCION DE LA TEMPORAL. 2. LIQUIDAR OPORTUNAMENTE LA NOMINA DEL PERSONAL O LAS DIFERENTES LIQUIDACIONES EXIGIDAS POR LA LEY CON LA NORMATIVIDAD Y PROTOCOLO EXIGIDO. 3. VELAR POR EL BIENESTAR TANTO DENTRO COMO FUERA DE LA COMPAÑIA DE LOS TRABAJADORES
MERCADEO Y VENTAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. REALIZAR LOS PROCESOS NECESARIOS PARA LLEVAR A CABO EL PLAN DE VENTAS DE LA EMPRESA. 2. SER RESPONSABLES DE LAS VENTAS Y LOS VENDEDORES DE LOS CENTROS COMERCIALES 3. LLEVAR A CABO ESTRATEGIAS DE VENTA PARA EL AUMENTO DE LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS
COMERCIO EXTERIOR Y LOGISTICA	<ol style="list-style-type: none"> 1. REALIZAR LAS IMPORTACIONES DE LA EMPRESA DE LOS PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZARAN 2. GESTIONAR LA BUSQUEDA DE PROVEEDORES Y DE OTRAS EMPRESAS QUE PERMITAN EL NORMAL DESARROLLO DEL PROCESO DE IMPORTACIONES, TALES COMO NAVIERAS, TRANSPORTADORES NACIONALES, AGENCIAS DE ADUANA, ENTRE OTRAS
ADMINISTRATIVO (FINANCIERO Y CONTABLE)	<ol style="list-style-type: none"> 1. LLEVAR LOS ASIENOS CONTABLES DE LA EMPRESA SEGÚN LA NORMATIVIDAD EXIGIDA POR LA LEY 2. DESEMBOLSAR EL PAGO A TODOS LOS PROVEEORES DE LA EMPRESA
ASISTENCIA ADMINISTRATIVA	<ol style="list-style-type: none"> 1. ADMINISTRAR LA RECEPCION DE LA EMPRESA CON TODO LO QUE ESTO INCLUYE COMO RECEPCION DE MENSAJERIA, ATENCION A LAS LLAMADAS, ENTRE OTRAS. 2. GESTIONAR LOS ENVIOS NACIONALES E INTERNACIONALES DE MENSAJERIA DE LA EMPRESA 3. GESTIONAR LAS NECESIDADES DE LOS SOCIOS

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.2 Organigrama Estructura Personal

En la Figura 5.2 Se muestra el organigrama por personal de Baby Stuff Ltda.

Figura 5.2 Organigrama por Personal Baby Stuff.




Fuente: Elaboración Propia.

Las actividades tercerizadas de selección de personal requieran de un agente de evaluación y selección de personal de la empresa encargada de este proceso.

Las actividades de aseo serán llevadas a cabo por dos trabajadoras (Aseo General), estas actividades solo se contratarán en bodega principal. Y, las actividades de vigilancia serán realizadas por un trabajador (Vigilante), de igual manera sus servicios serán prestados en la bodega principal.

En la tabla 5.2 Se muestran las funciones de cada uno de los trabajadores vinculados directamente con la empresa. Y, en la tabla 5.3 se muestran las funciones, cargos y nombre de la empresa encargada de la tercerización de los servicios anteriormente mencionados.


Tabla 5.2 Funciones del Personal Vinculado a la empresa.

 FUNCIONES POR PERSONAL		
CARGO	# DE TRABAJADORES	FUNCIONES
Secretaría (Asistencia Administrativa)	1	Recibir llamadas y dar las respectivas orientaciones a la persona solicitante; Recibir y distribuir la correspondencia que llega a la empresa a las áreas que pertenezca; Agendar los horarios de los socios; Gestionar las necesidades de los socios; Administrar la caja menor de la empresa para pagos menores como: mensajería, envíos, compras menores, entre otros.
Gerente de Gestión Humana	1	Realiza las respectivas afiliaciones de los empleados a las entidades exigidas por el gobierno; Reportar las novedades del personal al momento de la liquidación de nómina; Programar y preparar capacitaciones para el personal sobre el cuidado en el lugar de trabajo y otros temas relevantes asociados con el mejoramiento de la calidad de vida en el trabajo.
Coordinador de Salud Ocupacional	1	Programar y realizar jornadas de salud y cuidado para el bienestar de las personas de la empresa; Velar por la seguridad física y organizacional en la empresa; Reportar periódicamente a los socios el estado Organizacional, el rendimiento, la estabilidad de las personas de la empresa y aspectos a mejorar, junto con cifras que ayuden a la verificación de datos del estado en que se encuentra la empresa.
Auxiliar de Nómina	1	Realizar la liquidación de nómina de cada uno de los trabajadores vinculados a la empresa, incluyendo, en la liquidación las prestaciones sociales teniendo en cuenta el salario base de cada empleado.
Gerente de Ventas	1	Analiza el sector al que pertenece la empresa y el porcentaje de participación que tiene, realiza negociaciones en pro de la rentabilidad de la empresa y está atento al buen funcionamiento de las personas del área
Director de línea	2	Coordinar la distribución y comercialización efectiva de una categoría de producto, responder al cliente oportunamente con los pedidos, Estar atenta constantemente al inventario del producto para evitar el desabastecimiento y soluciona dificultades generadas en la intermediación de la empresa y el cliente
Mercaderista	1	Realiza estudios del mercado meta, Analiza el entorno en que la empresa puede impactar de mejor maneja, promueve los productos dando a conocer la calidad de cada uno y crea lazos de fidelidad con el cliente al satisfacer sus necesidades.

Vendedores	6	Se encargan de que cada punto de venta cumpla con las metas establecidas mes a mes; Satisfacer al cliente a través de los productos de la empresa y así hacer crecer la rentabilidad.
Gerente de Abastecimiento	1	Gestiona y supervisa que las operaciones se estén llevando a cabo en su totalidad, que los procesos estén funcionando correctamente y que la empresa tenga un buen manejo del inventario para tener control del abastecimiento
Analista de Importaciones	1	Realiza las negociaciones con los proveedores en el exterior; Ingresa al sistema de la empresa la información sobre cada importación, sus soportes y en los términos en que se negoció; Informa oportunamente al área financiera los datos necesarios para que se realice el pago oportuno al proveedor. Tener un control ordenado de todos los documentos utilizados en la importación ya que se puede recibir una visita de la DIAN; Realiza seguimiento continuo del paso a paso de la importación y está al tanto de la trazabilidad del proceso para informar a las áreas interesadas; liquida el costo total de la importación y lleva a término todo el proceso de
Analista de logística	1	Gestiona el proceso de búsqueda de nuevos agentes de Carga que se comprometan responsablemente con la mercancía de la empresa en cada uno de los viajes, ya sea transporte nacional o internacional; Coordina el proceso logístico de la importación, dando soluciones a los imprevistos o novedades que se presenten en la gestión de este. Dar apoyo informativo y operacional al área para que la importación no presente retrasos; Proporcionar periódicamente informes al área y a la junta de socios del estado logístico de la empresa, los costos incurridos, desabastecimiento o abastecimiento de los productos, inventario, y demás factores fundamentales para el funcionamiento de la empresa.
Auxiliar de Bodega	2	Coordinar los despachos desde la bodega hasta los diferentes locales de la empresa ubicados en la ciudad, realizar seguimiento de las entregas y de los despachos correspondientes. Realizar las labores de cargue al camión. Recibir la mercancía en la bodega haciendo su debida verificación y control.
Gerente Administrativo	1	Darle un buen manejo al dinero de la empresa, generando nuevos ingresos que ayuden al funcionamiento de ella y aumentando la rentabilidad.
Auxiliar contable	1	Manejar de Forma transparente y Certera los ingresos, el capital, la cartera de la empresa y el pago de impuestos.
Analista financiero	1	Se encarga de hacer los análisis financieros, análisis de la situación económica, margen de rentabilidad y todos los procesos legales ante autoridades competentes.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 5.3 Funciones por Personal outsourcing.

 FUNCIONES POR PERSONAL OUTSOURCING			
CARGO	EMPRESA	# DE TRABAJADORES	FUNCIONES
Agente de atracción, evaluación y selección de personal	Gigha Gestión Humana Integral	1	Realizar el lanzamiento de las ofertas de empleo pertinentes teniendo en cuenta los requerimientos de la empresa. Hacer la adecuada evaluación y seguimiento de las hojas de vida preseleccionadas en los procesos. Realizar la selección y acompañamiento al empleado para facilitarle el proceso de vinculación y contratación con la empresa.
Empleadas aseo general	Gigha Gestión Humana Integral- Aliado Sosty Aseo	2	Mantener un ambiente laboral limpio y adecuado para cada uno de los empleados de la empresa; Realizar las labores de limpieza en las diferentes áreas de la empresa y las locaciones como la bodega principal, baños, cocineta, etc.
Vigilante	Gigha Gestión Humana Integral- Aliado Miro Seguridad	1	Realizar un monitoreo y revisión constante de las cámaras de seguridad distribuidas por la bodega y oficinas; Controlar la entrada de los empleados en la portería y/o su lugar de trabajo; Tener precaución con el ingreso de personas ajenas a la compañía.

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados

En la tabla 5.4 se relaciona el salario mensual para cada uno de los trabajadores de la compañía Baby Stuff Ltda. Este valor incluye el salario base, el auxilio de transporte para los casos que aplica, la seguridad social, aportes parafiscales y prestaciones sociales.

Tabla 5.4 Liquidación salarios empleados Baby Stuff

LIQUIDACIÓN SALARIO MENSUAL EMPLEADOS BABY STUFF LTDA 					
Cargo	Cantidad	Salario Base	Prestaciones / Aportes Sociales y Parafiscales	Total	Fuente
Gerente general	1	\$ 4.000.000	\$ 2.074.213	\$ 6.074.213	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/Gerente-de-oficina-1881995658
Secretaria	1	\$ 650.000	\$ 337.060	\$ 987.060	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/Secretaria-General-y-Asistente-Administrativa-1882135035
Gerente gestión Humana	1	\$ 3.000.000	\$ 1.555.660	\$ 4.555.660	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/Jefe-de-Recursos-Humanos--Sector-Industrial--1882105436
Auxiliar de nómina	1	\$ 1.000.000	\$ 518.553	\$ 1.518.553	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/Auxiliar-de-N%C3%B3mina-y-Seguridad-Social-1882082813
Coordinador salud ocupacional	1	\$ 1.000.000	\$ 518.553	\$ 1.518.553	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/COORDINADOR-SALUD-OCUPACIONAL--SST--1882032084
Gerente Comercial	1	\$ 4.000.000	\$ 2.074.213	\$ 6.074.213	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/Gerente-Comercial-1881461427
Director de linea	2	\$ 3.000.000	\$ 1.555.660	\$ 4.555.660	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/Coordinador-de-impulso-1882078004
Mercaderista	1	\$ 650.000	\$ 337.060	\$ 987.060	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/MERCADERISTAS-1882135337
Vendedor	6	\$ 3.900.000	\$ 2.022.360	\$ 5.922.360	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/VENDEDOR-1882083750
Gerente de Abastecimiento	1	\$ 2.500.000	\$ 1.296.383	\$ 3.796.383	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/coordinador-de-inventarios--1882069944

Analista de Importaciones	1	\$ 1.000.000	\$ 518.553	\$ 1.518.553	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/TRAMITADOR-COMERCIO-EXTERIOR--1882060215
Analista de Logística	1	\$ 1.000.000	\$ 518.553	\$ 1.518.553	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/Analista-de-Inventarios-1882077278
Auxiliar de Bodega	2	\$ 1.300.000	\$ 674.120	\$ 1.974.120	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/Auxiliar-de-bodegaZona-industrial-montevideo-1882135446
Gerente Administrativo	1	\$ 3.500.000	\$ 1.814.937	\$ 5.314.937	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/Director-Administrativo-y-Financiero-Cali-1882130989
Analista financiero	1	\$ 1.000.000	\$ 518.553	\$ 1.518.553	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/Analista-Financiero-Junior-1882121560
Auxiliar contable	1	\$ 1.000.000	\$ 518.553	\$ 1.518.553	http://www.eempleo.com/colombia/trabajo/T%C3%A9cnico-Contable-1882135511
Total	23	\$ 32.500.000	\$ 16.852.984	\$ 49.352.984	

Fuente: Elaboración Propia

5.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

5.2.1 Locaciones Empresa

En la tabla 5.5 se relacionan los costos derivados del uso de las instalaciones de la empresa, tanto la bodega principal junto con las oficinas administrativas, como la de los locales en los diferentes centros comerciales.

Tabla 5.5 Características Locaciones de Baby Stuff Ltda.

COSTOS DE DISTRIBUCIÓN DIRECTA BABY STUFF LTDA				
Descripción	M2	Valor mensual	Tipo de costo	Fuente
Arriendo bodega principal/ Oficina administrativas	255	\$ 3.200.000	Administrativo/ Produccion	http://www.espaciourbano.com/Comercio/FichaDetalle_Comercio.aspx?id=278145
Arriendo local CC Los Molinos	118	\$ 2.000.000	Comercializacion	http://antioquia.quebarato.com.co/medellin/local-comercial-en-centro-comercial-los-molinos-arriendo-alquiler-o-venta_B69809.html
Arriendo local CC Puerta del Norte	43	\$ 1.500.000	Comercializacion	http://www.espaciourbano.com/BR_fichaDetalle_1.aspx?id=239980&idchat=
Arriendo local CC Mayorca	95	\$ 3.580.000	Comercializacion	http://Casas.trovit.com.co/index.php/cod.frame?url=http%253A%252F%252Fwww.inmuebles24.co%252Fpropiedades%252Foficina-1030-nueva-etapa-centro-comercial-mayorca-40010025.html%252Futm_source%2
		\$ 10.280.000		





Fuente: Elaboración Propia.





5.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres


En la tabla 5.6 se relacionan los equipos, software, muebles y enseres necesarios para el adecuado funcionamiento de los procesos de la empresa y demás actividades que apuntan directamente a cumplir los objetivos de la compañía.

Tabla 5.6 Equipos, software, muebles y enseres Baby Stuff Ltda.

 EQUIPOS, SOFTWARE, MUEBLES Y ENSERES BABY STUFF LTDA.								
MATERIAL	DESCRIPCIÓN GRÁFICA	CANTIDAD	TIPO DE INVERSIÓN	PROVEEDOR	PRECIO/UND	TOTAL	ÁREA DESTINADA	VALOR CORRESPONDIENTE A CADA ÁREA
Camión liviano JAC 1035 doble cabina de 2 ton.		1	INICIAL	Credivehículos	COP 37.900.000	COP 37.900.000	Logística	COP 37.900.000
Computador Lenovo S20 All in one black		21	INICIAL	Lenovo Colombia	COP 1.299.000	COP 27.279.000	Todas	COP 4.546.500
Impresora Multifuncion 8610 Hewlett Packard		3	INICIAL	Almacenes Éxito	COP 344.250	COP 1.032.750	Todas	COP 172.125
Escritorio Centro de trabajo wengue con archivador		16	INICIAL	Homecenter	COP 269.900	COP 4.318.400	Todas	COP 719.733
Silla profesional gris office chair		21	INICIAL	Homecenter	COP 77.900	COP 1.635.900	Todas	COP 272.650
Mesa New Audrey (Sala de Juntas)		1	INICIAL	Falabella Colombia	COP 899.900	COP 899.900	Todas	COP 149.983

Tablero borrable 60 cm x 80 cm marco de madera Artecma		1	INICIAL	Homecenter	COP 61.900	COP 61.900	Todas	COP 10.317
Puff Coralina Negro		4	INICIAL	ALKOSTO	COP 74.900	COP 299.600	Todas	COP 49.933
Mesa de centro practimac venecia V2		1	INICIAL	ALKOSTO	COP 94.900	COP 94.900	Todas	COP 15.817
Archivador napoles 4 gavetas		3	INICIAL	Homecenter	COP 339.900	COP 1.019.700	Todas	COP 169.950

Kit de Seguridad 8 cámaras y grabador 500GB VTA		1	INICIAL	Homecenter	COP 1.049.900	COP 1.049.900	Todas	COP 174.983
Celular Sendtel DART dual		2	INICIAL	TIGO	COP 100.000	COP 200.000	Comercial, Comercio Exterior	COP 100.000
Nevera minibar 87 litros Haceb		1	INICIAL	Homecenter	COP 529.900	COP 529.900	Todas	COP 88.317
Horno microondas digital 0,7 pies General Electric		1	INICIAL	Homecenter	COP 158.900	COP 158.900	Todas	COP 26.483

Cafetera Bequia Taurus		1	INICIAL	Mercadolibre	COP 62.900	COP 62.900	Todas	COP 10.483
Software ZOHO (ERP y CRM)	N/A	11	ANUAL	Nebulo ZOHO ERP	COP 1.800.000	COP 19.800.000	Comercial, Comercio Exterior, Contable y financiera, Logística.	COP 4.950.000
Software herramientas ofimáticas (Office)	N/A	15	ANUAL	PANAMERICANA	COP 768.900	COP 11.533.500	Todas	COP 1.922.250
Software nómina ERP PSL	N/A	3	ANUAL	PSL	COP 4.666.667	COP 14.000.000	Recursos Humanos	COP 14.000.000
TOTAL						COP 121.877.150		

Fuente: Elaboración Propia.

Para efectos de verificación en el Anexo 1. Se muestran las cotizaciones de cada uno de los proveedores de los equipos, software, muebles y enseres correspondientes a los relacionados en la tabla anterior.

Resulta necesario realizar una breve explicación sobre el significado ERP y CRM puesto que se utilizara el Software ZOHO para facilitar las operaciones y procesos dentro de la organización, por lo tanto: “ERP (Enterprise Resource Planning) es un conjunto sistemas de información gerencial que permite la integración de ciertas operaciones de una empresa, especialmente las que tienen que ver con la producción, la logística, el inventario, los envíos y la contabilidad” (Slideshare, 2011).

Se entiende por CRM entonces: “CRM (Customer Relationship Management), se entiende como la Gestión sobre la Relación con los Consumidores. Básicamente se refiere a una estrategia de negocios centrada en el cliente”. (Slideshare, 2011).

Teniendo en cuenta las anteriores definiciones los software para ERP Y CRM serán implementados en la empresa con el fin de servir de apoyo a las áreas de Ventas, Comercio Exterior, Contable y Financiera y Logística.






Por otro lado el software de nómina ERP PSL esta diseñado con el fin de servir de apoyo en las labores de gestión de nómina, gestión de comprobantes de pago, gestión de históricos de











vacaciones, gestión de estudio de vacaciones, gestión de ingresos y retenciones, gestión de saldos préstamos. Este software será implementado en el área de recursos humanos de la empresa.











5.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por Area

A continuación en la tabla 5.7 Se relacionan los productos necesarios para el buen cumplimiento de las actividades de cada persona en las diferentes áreas de la empresa.













Tabla 5.7 Materiales e Insumos por área.













 Requerimientos de materiales e insumos por Area								
MATERIAL/ INSUMO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PERIODICIDAD DE COMPRA	PROVEEDOR	PRECIO/UNID	TOTAL	ÁREA (A la cual se cargará el costo)	COTIZACIÓN
Café	Cafè tostado y molido sello rojo medio x 2500g	1	Mensual	Almacenes Éxito	COP 46.400	COP 46.400	Administrativo	 Café tostado y molido Sello Rojo medio x2500 g CO\$ 46.400,00
Aromáticas	Aromatica Limonaria Jaibel x 25 bolsitas	1	Mensual	Almacenes Éxito	COP 1.100	COP 1.100	Administrativo	 Aromática Limonaria Jaibel x25 bolsitas CO\$ 1.100,00
Azucar	Azucar morena Incauca x 2,5 kg	1	Mensual	Marion	COP 7.400	COP 7.400	Administrativo	 Azucar morena Incauca x 2,5kg CO\$ 7.400,00
Vasos Desechables	Vaso de plastico 7 onzas x 50 Und	2	Mensual	Marion	COP 1.350	COP 2.700	Administrativo	 Vaso de plástico 7 onzas TUC x50 unidades CO\$ 1.350,00




Servilletas	Servilleta Combo blanca x 200 familia	1	Mensual	Marion	COP 3.750	COP 3.750	Administrativo	  Servilleta Combo blanca x200, Familia Institucional COS 3.750,00
Lavaloza	Jabon lavaplatos Axion Limón	1	semanal	Marion	COP 3.750	COP 3.750	Administrativo	  Jabón Lavaplatos Axion Limón COS 3.750,00
Ambientador	Ambientador en aerosol glade 400ml	1	Mensual	Marion	COP 9.800	COP 9.800	Administrativo	  Ambientador en Aerosol Glade de Manzana y Canela 400 ml COS 9.800,00
Papel Higienico	Papel higienico familia de dispensador	1	Mensual	Marion	COP 12.300	COP 12.300	Administrativo	  Papel higiénico Familia de Dispensador 71100 COS 12.300,00
Papelera	Papelera Blanca 53 Lt	2	Anual	Marion	COP 45.000	COP 90.000	Administrativo	  Papelera Blanca 53lt COS 45.000,00




Blanqueador	Blanqueador desinfectante Blancox de 2000ml	1	Semestral	Marion	COP 5.250	COP 5.250	Administrativo	  Blanqueador desinfectante Blancox de 2000ml COS 5.250,00
Jabon	Jabon liquido coré de limon x 500cc	2	Mensual	Marion	COP 12.100	COP 24.200	Administrativo	  Jabón Líquido Coré de Limón X500cc COS 12.100,00
Bolsa de basura	Bolsa plastica 45x45 blanca	20	semanal	Marion	COP 100	COP 2.000	Administrativo	  Bolsa plástica 45x45 blanca
Escoba	Escoba Multiusos	2	Mensual	Marion	COP 5.350	COP 10.700	Administrativo	  Escoba Suave La Negra COS 5.350,00
Recogedor	Recogedor refor cabo metalico	2	Semestral	Almacenes Éxito	COP 8.160	COP 16.320	Administrativo	 *recogedor refor cabo metalico - U EXITO MARCA PROPIA \$8.160
Trapero	Trapero Ekono	2	Semestral	Almacenes Éxito	COP 8.650	COP 17.300	Administrativo	 Trapero Ekono - U EKONO





Balde	Balse azul Imusa	1	Anual	Marion	COP 8.300	COP 8.300	Administrativo	  Balde Azul Imusa COS 8.300,00
PAPELERIA								
Papelera	Papelera Artecma tapa natural	16	Anual	Marion	COP 23.300	COP 372.800	Administrativo	  Papelera Artecma tapa natural COS 23.300,00
Carpeta AZ	Carpeta Legajadora AZ tamaño carta	5	Trimestral	Marion	COP 5.900	COP 29.500	Administrativo	  Carpeta Legajadora AZ tamaño Carta
Carpeta	Folder Horizontal tamaño carta	50	Mensual	Marion	COP 200	COP 10.000	Administrativo	  Folder Horizontal Tamaño Carta, Carpeta COS 200,00
Adhesivo en barra	Adhesivo en barra Pega Stic	3	Trimestral	Marion	COP 6.950	COP 20.850	Administrativo	  Adhesivo en Barra Pega Stic x 40gr COS 6.950,00

Cinta transparente	Cinta de 48mmx100 metros	3	Semestral	Marion	COP 4.250	COP 12.750	Administrativo	  Cinta de 48mm x 100 metros CO\$ 4.250,00
Chinches	Chinche pintado tritón dorado x 50 unds	1	Semestral	Marion	COP 800	COP 800	Administrativo	  Chinche Pintado Tritón dorado X50 unidades CO\$ 800,00
Cartucho de tinta	Cartucho de tinta para impresora EPSON 117-T117120 Negra	3	Mensual	Marion	COP 26.200	COP 78.600	Administrativo	  Cartucho de tinta EPSON #117-T117120 color negro CO\$ 26.200,00
Ganchos legajadores	Ganchos legajadores plastico x 20 Und	16	Mensual	Marion	COP 3.150	COP 50.400	Administrativo	  Gancho Legajador Plástico x 20 unidades CO\$ 3.150,00
Clips	Clips Mariposa leader x 50 Und	5	Trimestral	Marion	COP 1.900	COP 9.500	Administrativo	  Clips Mariposa Leader x 50 unidades CO\$ 1.900,00
Caja de resmas	Caja de resmas de papel tamaño carta x 10 paquetes de 500 unds cada uno	1	Mensual	Marion	COP 90.000	COP 90.000	Administrativo	  Caja de Resmas de Papel Tamaño Carta x 10 CO\$ 90.000,00

Borrador de tablero	Borrador Ecologico lavable para tablero	1	Semestral	Marion	COP 11.000	COP 11.000	Administrativo	  Borrador Ecológico con Microfibra Lavable para Tablero COS 11.000,00
Borradores	Borrador de nata Rapid	16	Bimestral	Marion	COP 200	COP 3.200	Administrativo	  Borrador de Nata Rapid COS 200,00
Tijeras	Tijeras punta ovalada	10	Anual	Marion	COP 900	COP 9.000	Administrativo	  Tijera Punta Ovalada COS 900,00
Portaminas	Portaminas 0.7 Mara poly faber castell	21	Semestral	Marion	COP 3.000	COP 63.000	Administrativo	  Portaminas 0.7 Poly Faber Castell (El color del producto puede variar según disponibilidad) COS 3.000,00
Minas 0.5	Minas 0.7 mm Marca Faber castell	21	Semestral	Marion	COP 1.200	COP 25.200	Administrativo	  Minas 0.7mm Faber Castell COS 1.200,00
Resaltador	Resaltador Pelikan	21	Mensual	Marion	COP 1.700	COP 35.700	Administrativo	  Resaltador Pelikan Color Azul COS 1.700,00

Ganchos para grapadora	Grapa Industrial triton 73x100mmx 5000 Un	5	trimestral	Marion	COP 21.300	COP 106.500	Administrativo	 <p>Grapa Industrial Triton 73x100mm x 5000 unidades COP \$ 21.300,00</p>
Grapadora	Cosedora- Grapadora Metálica triton	21	Anual	Marion	COP 12.200	COP 256.200	Administrativo	 <p>Cosedora-Grapadora Metálica Triton COP \$ 12.200,00</p>
Guia Clasificadora	Separador tamaño carta, numéricas del 1 al 12	4	Mensual	Marion	COP 5.750	COP 23.000	Administrativo	 <p>Separador Tamaño Carta con pestañas numéricas del 1 al 12. Guías Clasificadoras</p>

BOTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS								
Microporo	Microporo Nexcare x 24mm	1	Mensual	Marion	COP 5.500	COP 5.500	Administrativo	 <p>Microporo Nexcare x24mm, medida: 5 metros COP \$ 5.500,00</p>
Gasa	Gasa esteril precortada 3M x 2 Und	3	Mensual	Marion	COP 650	COP 1.950	Administrativo	 <p>Gasa esteril Precortada 3M x 2 unidades COP \$ 650,00</p>
Isodine	Isodine espuma Boehringer x 120 MI	1	Mensual	Marion	COP 11.700	COP 11.700	Administrativo	 <p>Isodine Espuma Boehringer Espuma X120MI</p>

Acaminofen	Acetaminofen 500mg x 100 tabletas	1	Mensual	Marion	COP 850	COP 850	Administrativo	  Acetaminofen 500mg para el alivio de la fiebre x100 tabletas COS 850,00
Alcohol	Alcohol Antiséptico x 700cc	1	Mensual	Marion	COP 3.900	COP 3.900	Administrativo	  Alcohol Antiséptico MK para uso externo x 700CC COS 3.900,00
TOTAL						COP 1.493.170		

Fuente: Elaboracion propia

5.2.4 Requerimientos de Servicios por Area

A continuación en la tabla 5.8 Se relacionan los servicios generales requeridos por cada área.

Tabla 5.8 Requerimientos de Servicios por Área.

 SERVICIOS PÚBLICOS BABY STUFF LTDA.			
SERVICIO	TOTAL MENSUAL	ÁREA	VALOR CORRESPONDIENTE POR ÁREA
Acueducto	COP 42.797	Todas	COP 7.133
Energía	COP 662.332	Todas + Locales comerciales	COP 60.212
Telefonía	COP 2.145.552	Todas + Locales comerciales	COP 357.592
Internet	COP 722.586	Todas	COP 120.431

Fuente: Elaboración Propia.

Para efectos de verificación de los datos anteriormente dados en la tabla 5.9 se muestra la cotización del acueducto y el alcantarillado de EPM en tarifas según el consumo de metros cúbicos.

Tabla 5.9 Cotización Acueducto.

SECTOR	ACUEDUCTO			ALCANTARILLADO		
	Carga Fija (\$/Instalación)	Carga por consumo (\$/ m ³)		Carga Fija (\$/Instalación)	Carga por consumo (\$/ m ³)	
		0 -20 m ³	> 20 m ³		0 -20 m ³	> 20 m ³
Sector Residencial						
<i>Estrato 1</i>	3,314.76	469.22	1,173.06	1,515.39	709.41	1,773.53
<i>Estrato 2</i>	4,972.14	703.83	1,173.06	2,273.08	1,064.12	1,773.53
<i>Estrato 3</i>	7,251.03	1,026.42	1,173.06	3,314.91	1,551.84	1,773.53
<i>Estrato 4</i>	8,296.89	1,173.06	1,173.06	3,788.47	1,773.53	1,773.53
<i>Estrato 5</i>	12,430.34	1,759.58	1,759.58	5,682.70	2,660.30	2,660.30
<i>Estrato 6</i>	13,259.03	1,876.89	1,876.89	6,061.54	2,837.65	2,837.65
<i>Comercial</i>	12,430.34	1,759.58		5,682.70	2,660.30	
<i>Industrial</i>	10,772.96	1,524.97		4,925.00	2,305.59	
<i>Oficial y Exenta</i>	8,296.89	1,173.06		3,788.47	1,773.53	

Fuente: EPM (2015).

Según (Expoknews, 2014): “una persona gasta 8 Litros de agua cuando utiliza el baño y para lavar los platos 50 Litros”. Basados en estas estadísticas se hará el supuesto que cada empleado en las oficinas y la bodega entra al baño en un promedio de 5 veces al día. En el caso de los locales comerciales no se incluye el servicio de acueducto ya que estos no cuentan con baño dentro del local.

En la tabla 5.10 se muestra el cálculo del acueducto y alcantarillado adaptado a las necesidades de Baby Stuff.

Tabla 5.10 Cálculo acueducto y alcantarillado.

CÁLCULO ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	
Entradas al baño	
# Personas	20
Entradas al baño	5
Total Litros/día	$20 * 5 \text{ veces} * 8 \text{ lt}$
=	800
5 días/sem*4 sem	= 20 días de trabajo
Total Litros/mes	$800 \text{ lts} * 20 \text{ días}$
=	16000
Conversión de Litros a Metros Cúbicos	
16000 lts /1000	= 16 lts mensuales
Lavar platos	
# Veces	5
Total Litros/mes	$50 \text{ Lts} * 5 \text{ veces} * 20 \text{ días}$
=	5000
	5 Lts
Total Litros	21
VALOR TOTAL	
Tarifa	$\text{COP } 1524,94 * 21 \text{ Lts} +$ $\text{COP } 10.772,9$
TOTAL	42797

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla 5.11 se muestra la cotización de la energía dada por EPM según el consumo de Kilovatios.

Tabla 5.11 Cotización energía EPM.

En cumplimiento de la Ley 142 de 1994, las resoluciones CREG 058/2000, 119/2007, 105 /2009, 026/2010, 173/2011 y 186/2014 y Ministerio de Minas y Energía 180574 de 2012
Empresas Públicas de Medellín E.S.P. informa:

Tarifas y Costo de Energía Eléctrica - Mercado Regulado - septiembre de 2015				
Información Monomía				
Activos B.T. / Conectados a nivel II		Propiedad EPM	Compartido	Propiedad Cliente
Tarifa Residencial		Nivel I - \$/kWh		
Estrato 1.	Rango 0 - CS	174.03	167.13	160.87
	Rango > CS	417.29	400.82	384.34
Estrato 2.	Rango 0 - CS	217.54	208.92	201.08
	Rango > CS	417.29	400.82	384.34
Estrato 3.	Rango 0 - CS	354.70	340.69	326.69
	Rango > CS	417.29	400.82	384.34
Estrato 4.	Todo el consumo	417.29	400.82	384.34
Estrato 5 y 6.	Todo el consumo	500.75	480.98	461.21
Tarifa No Residencial		Nivel I - \$/kWh		
Industrial y Comercial		500.75	480.98	461.21
ESPD*		459.02	440.90	422.78
Oficial y Exentos de Contribución		417.29	400.82	384.34
Tarifa Áreas Comunes		Nivel I - \$/kWh		
Con contribución		500.75	480.98	461.21
Sin contribución		417.29	400.82	384.34
Costo unitario: $CU_v = G_{m,j} + T_m + D_{m,m} + Cv_{m,j} + PR_{m,m} + R_{m,j}$		$CU_f = Cf_m$		
CU total		417.29	400.82	384.34
Costo compra: G _{m,j}		151.43	151.43	151.43
Cargo transporte STN: T _m		22.87	22.87	22.87
Cargo transporte SDL: D _{m,m}		157.59	141.11	124.64
Margen comercialización: C _{v,m,j}		47.50	47.50	47.50
Costo G, T, pérdidas: P _{R,m}		28.76	28.76	28.76
Restricciones: R _m		9.15	9.15	9.15

Fuente: EPM, 2015.

Para el cálculo de la energía se tomarán como valores los que aparecen en la columna "Propiedad de EPM" ya que todas las instalaciones de energía en la empresa serán propiedad de EPM. El último cuadro de la tabla "Costo Unitario" se sumará por cada Kilovatio (KW) que consuma la compañía por concepto de energía.

Según (EPM, 2015): "Una persona consume 38 KW mensuales". Basados en este dato se continua con el cálculo de consumo de energía en los locales comerciales, bodega y oficinas administrativas.

En la tabla 5.12 se muestra el cálculo del valor a pagar por concepto de energía adaptado a las necesidades de Baby Stuff.

Tabla 5.12 Cálculo Energía.

CÁLCULO ENERGÍA		
Bodega y Oficinas		
Cantidad usada KW/Persona al mes	38 KW	
Cantidad diaria	38 KW/30 días	1,3 KW
Cantidad 20 días de trabajo	1,3 KW*20	26 KW/persona
Cantidad empleados bodega y oficinas	18 empleados * 26 KW	
Total energía utilizada mensualmente	=	468
Valor energía bodega y oficinar administrativas		
Tarifa no residencial	468KW*COP500,75/KW	
Subtotal	COP 234.351	
+ Tarifa costo unitario	468KW*COP417,29	
Subtotal	COP 195.292	
TOTAL BODEGA Y OFICINAS	COP 429.643	
Locales Comerciales		
Cantidad de empleados en los locales	10	
Consumo por los 10 empleados	10*26KW	260 KW
Valor energía locales comerciales		
Tarifa no residencial	260KW*COP500,75/KW	
Subtotal	COP 130.195	
+ Tarifa costo unitario	260KW*COP417,29	
Subtotal	COP 108.495	
TOTAL LOCALES COMERCIALES	COP 238.690	
GRAN TOTAL	COP 668.333	

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla 5.13 se muestra la cotización de telefonía e internet suministrada por UNE.

Tabla 5.13 Cotización telefonía e Internet.

Conozca los planes que Conmutador Virtual tiene a su disposición:

Plan	Tarifa/mes IVA incluido	Condiciones
Conmutador Virtual 3.000 Minutos	\$ 53.818	Valor empaquetado
Conmutador Virtual 6.000 Minutos	\$ 95.677	Valor empaquetado
Conmutador Virtual 10.000 Minutos	\$ 143.515	Valor empaquetado
Conmutador Virtual 15.000 Minutos	\$ 155.475	Valor empaquetado
Conmutador Virtual 20.000 Minutos	\$ 167.434	Valor empaquetado
Conmutador Virtual 30.000 Minutos	\$ 179.394	Valor empaquetado
Conmutador Virtual 45.000 Minutos	\$ 191.354	Valor empaquetado
Conmutador Virtual 60.000 Minutos	\$ 215.273	Valor empaquetado
Conmutador Virtual 80.000 Minutos	\$ 227.232	Valor empaquetado
Conmutador Virtual 90.000 Minutos	\$ 239.192	Valor empaquetado
Conmutador Virtual Plan Ilimitado	\$ 357.592	Valor empaquetado
Conmutador Virtual Acceso Adicional	\$ 37.521	Valor empaquetado

Conozca los planes que Internet Plus tiene a su disposición:

Plan	Tarifa/mes IVA incluido	Condición
Internet Plus Plan 6Mbps	\$ 70.725	Valor empaquetado
Internet Plus Plan 8Mbps	\$ 77.290	Valor empaquetado
Internet Plus Plan 10Mbps	\$ 89.366	Valor empaquetado
Internet Plus Plan 12Mbps	\$ 120.431	Valor empaquetado
Internet Plus Plan 15Mbps	\$ 141.056	Valor empaquetado
Internet Plus Plan 20Mbps	\$ 177.248	Valor empaquetado
Internet Plus Plan 30Mbps	\$ 208.568	Valor empaquetado

Fuente: UNE, 2015.

En la tabla 5.14 se muestra la cotización de la seguridad y vigilancia en la bodega principal de Baby stuff.

Tabla 5.14 Cotización de seguridad.




PROPUESTA COMERCIAL

PROPUESTA ECONÓMICA AÑO 2015					
MODALIDAD	CANTIDAD	PRECIO			
		Precio antes de IVA	IVA (16%/AIU)	Unitario incluido IVA	Total incluido IVA
Servicio de Vigilancia privada, 16 horas Diurnas, de las 06:00 a.m a las 10:00 p.m, todo los dias del mes, con radio de comunicación, dotacion y sin arma.	1	\$ 3.655.969	\$ 58.496	\$ 3.714.465	\$ 3.714.465
VALOR TOTAL MENSUAL DE LA PROPUESTA					\$ 3.714.465

Fuente: MIRO Seguridad, 2015.

En la tabla 5.15 se muestra la cotización de los servicios de la temporal que será la encargada de los procesos de captación, evaluación y selección del personal.

Tabla 5.15 Cotización de servicios Universal Service.

	OFERTA COMERCIAL			SGC-REG-42
				Diciembre 2.014
Oferente:	UNIVERSAL SERVICE S.A.S.			
Nit:	900.066.593 - 4			
Representante Legal:	Luis Javier Montoya Marin			
Dirección:	Calle 32B No. 69-16 - Belen Malibù. Medellín, Antioquia.			
Teléfono:	(4)-320-17-50			
Correo Electrónico:	info@universalservice.com			
Destinatario:	BABY STUFF LTDA			
Contacto:	SARA JARAMILLO MONTOYA			
Cargo del contacto:	GESTION HUMANA			
Correo Electronico:	saraim17@hotmail.com			
Objeto de la Oferta:	Trabajador en Misión			
Descripción de la Oferta para el envío de Trabajadores en Misión				
	Salario Base	No. T:M:	Salarios + P.S. y S.S.	
<i>Trabajador en Misión</i>	<i>644,350</i>	<i>1</i>	<i>919,913</i>	
<i>Auxilio de Transporte</i>	<i>74,000</i>	<i>1</i>	<i>87,068</i>	
<u>Seguridad Social</u>				
<i>Aportes al Sistema de Seguridad Social Integral:</i>		18.61%		
<u>Prestaciones Sociales</u>				
<i>Prestaciones Sociales Trabajador en Misión:</i>		22.66%		
<i>Seguro de Vida</i>		1.50%		
<i>Total Factor Prestacional:</i>		42.77%		
Valor Consolidado				
<i>Costo Mensual</i>			1,006,981	
<i>Administración</i>		9.0%	90,628	
<i>Imprevistos</i>		1.0%	10,070	
<i>Emergencia Económica 4/1000</i>			4,431	
<i>IVA</i>		16.0%	17,723	
<i>Total Servicio Mensual</i>			\$ 1,129,833	

Fuente: Universal Service, 2015.

CAPITULO VI. ANÁLISIS LEGAL

6.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Para darle continuidad a la actividad comercial de Baby Stuff Ltda, es necesario llevar a cabo ciertas gestiones y trámites ante entidades pertinentes para dar aval a permisos necesarios que la empresa debe tener. Esta serie de trámites se profundizan en la Tabla 1.8 Relación de Trámites y Costos de Constitución de la Empresa.

Licencias o permisos adicionales como INVIMA o ICA u otras entidades para entregar permisos más específicos por parte de la entidad respectiva no son necesarios para la empresa por la actividad comercial que desarrolla.

CAPITULO VII. ANÁLISIS FINANCIERO

7.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

7.1.1 Tasa de Rentabilidad de la Industria

Según la información recopilada en el estudio del sector, se encontró que la rentabilidad anual del mismo es de 6,1% Efectivo Anual por lo tanto para hallar la rentabilidad mensual se debe aplicar la siguiente formula:

$$EM = (1 + i)^{1/12} - 1 * 100$$

Por lo tanto:

$$EM = (1 + 0.061)^{1/12} - 1 * 100 = 0.49\% \text{ Efectivo mensual}$$

Según el cálculo anterior la tasa de rentabilidad de Baby Stuff será del 0,49% Efectivo Mensual.

7.1.2 Tasa Libre De Riesgo.

En la tabla 7.1 se muestra la tasa de libre riesgo representada en un CDT a la cual se acogerá la empresa Baby Stuff, pues este se considera una inversión segura que le puede otorgar flujo de caja a la compañía en el futuro.

Tabla 7.1 Tasas CDT

PRODUCTOS	RANGO		TASA E.A.
CDT's			
CDT Tasa Variable - Confianza a 6 meses	\$500,000	En adelante	DTF T.A
CDT Tasa Variable - Confianza a 9 meses	\$500,000	En adelante	DTF + 0.10% T.A
CDT Tasa Variable - Confianza a 12 meses	\$500,000	En adelante	DTF + 0.20% T.A
CDT Tasa Variable - Confianza a 18 meses	\$500,000	En adelante	DTF + 0.30% T.A
CDT Tradicional De 30 a 59 días	Hasta	\$9,999,999,999,999	2.20%
CDT Tradicional De 60 a 89 días	Hasta	\$9,999,999,999,999	3.20%
CDT Tradicional De 90 días	Hasta	\$9,999,999,999,999	4.00%
CDT Tradicional De 91 - 119 días	Hasta	\$9,999,999,999,999	4.00%
CDT Tradicional De 120 - 149 días	Hasta	\$9,999,999,999,999	4.05%
CDT Tradicional De 150 - 179 días	Hasta	\$9,999,999,999,999	4.05%
CDT Tradicional De 180 - 359 días	Hasta	\$9,999,999,999,999	4.10%
CDT Tradicional De 360 - 539 días	Hasta	\$9,999,999,999,999	4.50%
CDT Tradicional (>= 540 días)	Hasta	\$9,999,999,999,999	5.00%

Fuente: Banco de Bogotá ,2015.

La tasa efectiva mensual se halla con la fórmula: $(1+i)^{(1/12)}-1*100$, por lo tanto:
 $(1+0,05)^{(1/12)}-1*100=0,40\%$

7.1.3 Tasa de rentabilidad Esperada Como Inversionista, Teniendo en Cuenta Las Tasas Anteriores.

Como se enuncia en la figura 3.3 el porcentaje de participación de Baby Stuff en el sector es del 2% Efectivo Anual, en este sentido para hallar la tasa de rentabilidad esperada mensual se debe primero hallar la participación en el mercado de Baby Stuff de manera efectiva mensual, es decir:

$$EM: (1+i)^{1/12}-1*100$$

$$EM=(1+0,02)^{1/12}-1*100 = 0,16\% \text{ Efectivo Mensual}$$

De esta manera se puede obtener la tasa de rentabilidad esperada de la siguiente manera:

Rentabilidad del sector mensual * Participación en el sector mensual = Tasa de Rentabilidad Esperada

$$0,49\% * 0,16\% = 0,00078\% \text{ mensual}$$

Según el cálculo anterior la tasa de rentabilidad esperada como inversionista de Baby Stuff será de 0.00078% Mensual.

7.1.4 Impuesto sobre la Renta y el CREE

Las leyes Colombianas exigen que el impuesto sobre la Renta sea del 25% y el CREE del 9%, estos teniendo como base la utilidad antes de impuestos arrojada en los Estados de Resultados de las empresas.

Para el caso de Baby Stuff se parte del Estado de resultados, utilidad antes de impuestos en la cual se aplica el Impuesto sobre la Renta del 25%.

Así, en la tabla 7.2 se muestra el Estado de Resultados de Baby Stuff, en su primer mes aplicado el Impuesto sobre la Renta del 25%.

Tabla 7.2 Estado de Resultados Baby Stuff, Impuesto sobre la Renta.


	CUENTAS	Mes 1
+	Ingresos por concepto de Ventas	113,509,333
-	Costo Variables	32,692,472
-	Costos Fijos Producción	10,407,609
-	Gastos Depreciación	1,200,043
=	Utilidad Bruta en Ventas	69,209,209
-	Costos fijos de Administración	31,378,937
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	30,068,363
-	Amortización de diferidos	333,217
=	Utilidad Operativa	7,428,692
+	Otros Ingresos	0
-	Otros egresos	0
-	Costos de Financiación	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	7,428,692
-	Impuestos	1,857,173
=	UTILIDAD NETA	5,571,519
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0
=	Utilidades no Repartidas	5,571,519
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	5,571,519

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015)

7.1.5 % de Margen de Contribución sobre costo unitario del Producto para definir los Precios de Ventas.

En la tabla 7.3 se muestran los precios de los productos de la empresa con su respectivo Margen de Contribución dado en pesos y en porcentaje.

Tabla 7.3 Precios Baby Stuff con Margen de Contribución.

 PRECIOS BABY STUFF LTDA				
PRODUCTO	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	MCU EN PESOS	MCU EN %
Almohada ergonómica con altavoces	\$ 60,000	\$ 21,563	\$ 38,437	64,06%
Tetina adaptable a cualquier base	\$ 30,000	\$ 2,616	\$ 27,384	91,28%
Cuchara con indicador de temperatura	\$ 16,000	\$ 4,045	\$ 11,955	74,71%
Protector de esquinas para muebles	\$ 12,000	\$ 2,783	\$ 9,216	76,8%

Fuente: Elaboración Propia.

7.2. Aportes de Capital de los Socios.

Los socios aportaron un valor de 50 millones de pesos colombianos cada uno como capital para la creación y funcionamiento adecuado de la empresa. Este dinero será destinado para los gastos pre-operativos y la compra de un camión liviano para los despachos a los locales en los centros comerciales.

Para efectos de verificación en la tabla 7.4 se muestra el valor de los gastos pre-operativos de la empresa y en la tabla 7.5 el valor del camión liviano llevado como inversión disponible de la empresa.

Tabla 7.4 Gastos per-operativos Baby Stuff Ltda.

Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Escritura pública por constitución de sociedad	\$ 102.600,0
Inscripción en cámara de comercio	\$ 32.000,0
Formularios de registro único empresarial	\$ 4.000,0
Matrícula mercantil	\$ 493.000,0
Estampillas y formularios (Estampilla pro desarrollo)	\$ 19.000,0
Impuesto de registro	\$ 75.600,0
Adquisición de los libros de la empresa (2)	\$ 12.000,0
Registros de los libros de comercio	\$ 19.800,0
Certificado de bomberos	\$ 420.000,0
Diseño y elaboración de la imagen cooperativa	\$ 2.085.000,0
Creación de la página web	\$ 7.500.000,0
Fachada	\$ 6.000.000,0
Decoración y ambientación de los locales	\$ 1.400.000,0
Posicionamiento en buscadores	\$ 1.830.000,0
	\$ 0,0
	\$ 0,0
	\$ 0,0
Total Gasto Preoperativos	\$ 19.993.000,0

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015)

Tabla 7.5 Valor del camión liviano llevado como inversión disponible.

Activos Fijos Disponibles	Valor
Camión liviano	\$ 37.900.000,0
	\$ 0,0
	\$ 0,0
	\$ 0,0
	\$ 0,0
	\$ 0,0
	\$ 0,0
	\$ 0,0

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015)

7.3 Créditos y Préstamos Bancarios

A continuación en la tabla 7.6 se relaciona la información de la entidad financiera que realizara el préstamo para las inversiones exigibles de la empresa y en la tabla 7.6 se relaciona la información del préstamo de la empresa con la entidad financiera escogida.

Tabla 7.6 Información entidad financiera.



PLAZO	Libre Inversión*			
	SIN PORTAFOLIO		CON PORTAFOLIO	
	TASA E.A.	TASA N.M.V.	TASA E.A.	TASA N.M.V.
12 a 60 Meses ** 72	27,80%	2,07	26,80%	2,00

Fuente: BBVA (2015).

Tabla 7.7 Información del préstamo con la entidad financiera.



Monto del Préstamo	Tasa De Interés	Plazo del préstamo
119.249.326	EA 27.80	5 Años

Fuente: Elaboracion Propia.

7.3.1 Tabla de amortización del préstamo de la empresa por año.

En la tabla 7.8 se muestra la tabla de amortización del préstamo dada en años (5) en cada uno de los cuales se identifican los intereses, el abono a capital y el saldo final.

Tabla 7.8 Amortización del préstamo en años.

TABLA DE AMORTIZACION POR AÑO				
PERIODO	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	SALDO
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 119.249.326
1	\$ 3.430.561	\$ 2.130.521	\$ 1.300.040	\$ 105.225.993
2	\$ 3.430.561	\$ 1.781.796	\$ 1.648.765	\$ 87.441.017
3	\$ 3.430.561	\$ 1.339.528	\$ 2.091.033	\$ 64.885.367
4	\$ 3.430.561	\$ 778.626	\$ 2.651.935	\$ 36.279.348
5	\$ 3.430.561	\$ 67.266	\$ 3.363.295	\$ -

Fuente: Elaboración Propia.

7.4 Precios de los Productos

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

Los precios de cada producto fueron asignados teniendo en cuenta los precios de la competencia. Dado que esta tiene precios mas altos y presentaciones en menores cantidades que los nuestros, los productos de Baby Stuff se muestran más atractivos por su valor y cantidad; Además de esto se tuvo en cuenta el margen de contribucion unitario para cada uno de los productos.

Adicional y como valor agregado en la empresa se ofrecen charlas, conferencias, seminarios y capacitaciones para padres de familia y personas que esten interesadas en los productos, haciendo campañas de cuidado y protección para los bebés y evitando los riesgos diarios a los que estan expuestos.

7.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Tomando como base los diferentes costos en los que incurre la empresa para su funcionamiento como lo son: Costos variables y fijos calculados anteriormente, se muestra en la tabla 7.9 los precios para cada producto arrojados por el cálculo basado en los costos.

Tabla 7.9 Precios de los productos basado en los costos de la empresa.

COSTOS TOTALES							
Total Costos Variables por Producto	Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto	COSTOS FIJOS		
Protector de esc	\$ 2,783.4	515	\$ 1,432,543.8	5.44%	\$ 10,379.81	TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 10,407,609.0
Cuchara con ind	\$ 4,045.0	1,473	\$ 5,959,633.3	20.77%	\$ 14,173.49	TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 31,378,937.0
Tetina adaptable	\$ 2,615.9	588	\$ 1,538,166.8	15.54%	\$ 21,606.86	TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 30,068,363.0
Almohada ergon	\$ 21,562.7	1,102	\$ 23,762,128.5	58.25%	\$ 59,544.58	COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)	\$ 71,854,909.0

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015)

7.5 Análisis Financiero

7.5.1 Ingresos

7.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

Los ingresos por ventas para la empresa de cada uno de los productos varían según la demanda de cada uno de ellos, lo que nos lleva a identificar que cada uno de los productos tiene una participación diferente en lo concerniente a las ventas de los mismos.

En este sentido, cabe resaltar que los valores arrojados dependen directamente del promedio de ventas según el plan de ventas de la empresa.

En la tabla 7.10 se muestra la relación de cada uno de los productos con el valor en ventas respectivo y el porcentaje de participación.

Tabla 7.10 Ventas de los productos.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas	Participación del total Ventas	
Protector de esquinas para muebles	\$ 6,176,000.0	5.44%
Cuchara con indicador de temperatura	\$ 23,573,333.3	20.77%
Tetina adaptable a cualquier base	\$ 17,640,000.0	15.54%
Almohada ergonómica con altavoces	\$ 66,120,000.0	58.25%

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015)

7.5.2 Egresos

7.5.2.1 Inversiones

Con el fin de propiciar un adecuado funcionamiento de la empresa se deben realizar diferentes inversiones como son: Activos fijos, gastos pre-operativos y las inversiones de capital de trabajo.

Para la empresa las inversiones más importantes son las de activos fijos, en el sentido en que son esenciales para el funcionamiento de la empresa y las inversiones en capital de trabajo, pues estas son las que mantienen en pie las actividades de la empresa.

Para ser consecuentes con la afirmación anterior en la tabla 7.10 se muestran las inversiones en activos fijos de la empresa, las inversiones en gastos pre-operativos y las inversiones en capital de trabajo así como se muestra el valor de aquellas que son exigibles y las que están disponibles.

Tabla 7.11 Inversiones Baby Stuff.

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible
Activos Fijos	\$ 121,877,150.0	\$ 37,900,000.0
Gastos Preoperativos	\$ 19,993,000.0	\$ 19,993,000.0
Capital de Trabajo	\$ 75,792,553.8	\$ 42,107,000.0

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015)

7.5.2.2 Costos Fijos y Variables

Los costos variables de la empresa con aquellos derivados de la operación de importación de cada uno de los productos que se comercializarán. Los costos fijos por otro lado están compuestos por: Costos fijos de producción, costos fijos de administración y costos fijos de comercialización y ventas. La suma de todos estos costos arroja los costos totales de la organización.

En la tabla 7.12 se muestran los costos variables por producto, en la tabla 7.13 se muestran los costos fijos de producción, en la tabla 7.14 se muestran los costos fijos de administración, en la tabla 7.15 se muestran los costos fijos de comercialización y ventas y por

último en la tabla 7.16 se muestra el resumen de todos los costos y el resultado de los costos totales de la empresa.

Tabla 7.12 Costos Variables por Producto.

Total Costos Variables por Producto	
Protector de esc	\$ 2.783,4
Cuchara con inc	\$ 4.045,0
Tetina adaptable	\$ 2.615,9
Almohada ergonom	\$ 21.562,7

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015)

Tabla 7.13 Costos Fijos de Producción.

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES	
Salarios Mensuales	\$ 5.800.000
Prestaciones Sociales+ aportes sociales + parafiscales	\$ 3.007.609
Arriendo (Bodega principal)	\$ 1.600.000
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 10.407.609

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015)

Tabla 7.14 Costos Fijos de Administración.

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Certificado de existencia y representación legal	\$ 1.333
Renovación de la matrícula mercantil	\$ 29.250
Arriendo (Bodega principal)	\$ 1.600.000
Costo de los materiales e insumos por áreas	\$ 947.511
Servicios públicos	\$ 950.463
Salarios Mensuales	\$ 15.150.000
Prestaciones sociales+aportes sociales+parafiscales	\$ 7.856.082
Servicio de seguridad y vigilancia MIRO	\$ 3.714.465
Servicio proceso tercerizado	\$ 1.129.833
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 31.378.937

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015)

Tabla 7.15 Costos Fijos de Comercialización y Ventas.

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Salarios mensuales	\$ 11.550.000
Prestaciones Sociales+aportes sociales+parafiscales	\$ 5.989.293
Publicidad y Mercadeo	\$ 987.500
Arriendo (Locales comerciales)	\$ 7.080.000
Gastos feria puericultura Madrid 2015	\$ 1.832.765
Servicios Públicos	\$ 2.628.805
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 30.068.363

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015)

Tabla 7.16 Resumen costos Baby Stuff.

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 32,692,472.4	31.27%
Total Costos fijos de producción	\$ 10,407,609.0	9.95%
Total Costos fijos de administración	\$ 31,378,937.0	30.01%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 30,068,363.0	28.76%
Costos Totales	\$ 104,547,381.4	100.00%

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015)

7.5.3. Analisis de Punto de Equilibrio

En la tabla 7.17 se muestra el punto de equilibrio para cada uno de los productos de la empresa.

Tabla 7.17 Punto de Equilibrio de Baby Stuff Ltda.

PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL					
Producto o Servicio	Cantidad a Vender por Mes	Costo Variable Unitario/CMV	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Total	Venta Total
Protector de esquinas para	515	\$ 2,783.44	\$ 12,000.00	\$ 1,432,543.79	\$ 6,176,000.01
Cuchara con indicador de	1,473	\$ 4,045.00	\$ 16,000.00	\$ 5,959,633.33	\$ 23,573,333.33
Tetina adaptable a cualquier base	588	\$ 2,615.93	\$ 30,000.00	\$ 1,538,166.84	\$ 17,640,000.00
Almohada ergonómica con	1,102	\$ 21,562.73	\$ 60,000.00	\$ 23,762,128.46	\$ 66,120,000.00

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO			
Margen Contribucion Unitario	Participacion Ventas	Punto Equilibrio (Unidades)	Punto Equilibrio (Pesos)
\$ 9,216.56	5.44%	424.19	\$ 5,090,313.73
\$ 11,955.00	20.77%	1248.23	\$ 19,971,756.86
\$ 27,384.07	15.54%	407.78	\$ 12,233,386.87
\$ 38,437.27	58.25%	1088.94	\$ 65,336,585.07

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015).

Para el protector de esquinas para muebles, la cantidad a vender por mes de acuerdo al plan de ventas es de 515 unidades y el punto de equilibrio, para cubrir con los costos totales nos exige

vender 424 unidades, esto significa que las ventas generar un beneficio adicional al esperado, ya que se venden mas unidades de lo que señala el punto de equilibrio.

En el caso de las cucharas con indicadores de temperatura, también se generan beneficios, ya que se supera la cantidad que indica se debe vender en el punto de equilibrio que son 1.248, vendiendo 1.473 unidades.

Las unidades a vender mensualmente para la tetina ajustable y la almohada musical también superan el punto de equilibrio, permitiendo cubrir con los costos totales y generando ganancias.

7.5.4 Analisis Financiero Anual y Proyectado

7.5.4.1 Estado de Perdida y Ganancias

El comportamiento del estado de resultados de Baby Stuff para el primer año, muestra que los ingresos por concepto de ventas son iguales en cada mes de acuerdo a las unidades que se deben vender establecidas anteriormente en las altas, medias y bajas del análisis financiero.

Analizando el volumen de ventas se observa que para ser solo 4 referencias no se encuentra en desventaja. Pero se deben mirar con más detenimiento las tendencias del mercado con el fin de implementar más líneas de ventas al portafolio. El objetivo debe ser aumentar las ventas en un 20% para el primer año y un 50% en dos años.

Se observa que disminuyendo las cxc o dinamizando la rotación de inventarios con más ventas el capital de trabajo se liberaría un poco, lo que permite no inmovilizar el dinero en cuentas por cobrar a clientes o un manejo innecesario de inventarios

7.5.4.2 Flujo de Caja, VPN, TIR – Primer Año

El flujo de caja muestra en términos generales que Baby Stuff Ltda es una empresa saludable y estable puesto que cada año aumenta la tasa esperada del 0,49% anual

Analizando el comportamiento del costos se observa que los costos en la empresa son controlados y acordes al crecimiento de ventas, lo que indica que la operación de la compra y la venta es equilibrada y rentable. Con una rentabilidad en la operación del 39% se observa que el ejercicio de la importación y la comercialización está bien calculado. Se tiene un margen muy

aceptable de rentabilidad cada venta. Sin embargo es importante trabajar en aumentar las ventas en vista de lo que cuesta la operación en el rubro de gastos.

En lo que tiene que ver con el comportamiento del gasto estos equivalen al 55% de las ventas. Muy altos para una empresa que está en proceso de construcción. Se debe evaluar con detalle el componente de gastos de administración que curiosamente se muestran más altos que los gastos de ventas. Siendo los primeros de 31.379.937 pesos y las ultimas de 30.068.363 pesos

La gerencia debe implementar un plan de revisión de estos gastos y con una política austera debe reducirlos en el máximo posible, con el fin de que el margen de utilidad originado en la operación no se pierda o se agote en los gastos.

El endeudamiento utilizado para la inversion es mesurada y la operación de la empresa y su resultado positivo permite que se apalque y se pueda llevar a cabo la inversion sin necesidad de gestionar muchos creditos.

La tabla 7.18 nos muestra el flujo de caja de Baby Stuff Ltda. En donde al analizar las cuentas mas representativas, son los ingresos por ventas, los costos totales, los interese del crédito, estos ultimos se disminuyen cada mes a medida que se abona más capital.

Tabla 7.18 Flujo de caja primer año

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 113,509,333	\$ 113,509,333	\$ 113,509,333	\$ 113,509,333	\$ 113,509,333	\$ 113,509,333	\$ 113,509,333	\$ 113,509,333	\$ 113,509,333	\$ 113,509,333	\$ 113,509,333	\$ 113,509,333
- Costos variables		\$ 32,692,472	\$ 32,692,472	\$ 32,692,472	\$ 32,692,472	\$ 32,692,472	\$ 32,692,472	\$ 32,692,472	\$ 32,692,472	\$ 32,692,472	\$ 32,692,472	\$ 32,692,472	\$ 32,692,472
- Costos fijos	\$ 0	\$ 71,854,909	\$ 71,854,909	\$ 71,854,909	\$ 71,854,909	\$ 71,854,909	\$ 71,854,909	\$ 71,854,909	\$ 71,854,909	\$ 71,854,909	\$ 71,854,909	\$ 71,854,909	\$ 71,854,909
Costos fijos de Producción		\$ 10,407,609	\$ 10,407,609	\$ 10,407,609	\$ 10,407,609	\$ 10,407,609	\$ 10,407,609	\$ 10,407,609	\$ 10,407,609	\$ 10,407,609	\$ 10,407,609	\$ 10,407,609	\$ 10,407,609
Costos fijos de Administración		\$ 31,378,937	\$ 31,378,937	\$ 31,378,937	\$ 31,378,937	\$ 31,378,937	\$ 31,378,937	\$ 31,378,937	\$ 31,378,937	\$ 31,378,937	\$ 31,378,937	\$ 31,378,937	\$ 31,378,937
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 30,068,363	\$ 30,068,363	\$ 30,068,363	\$ 30,068,363	\$ 30,068,363	\$ 30,068,363	\$ 30,068,363	\$ 30,068,363	\$ 30,068,363	\$ 30,068,363	\$ 30,068,363	\$ 30,068,363
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 2,364,987	\$ 2,364,075	\$ 2,342,745	\$ 2,320,989	\$ 2,298,798	\$ 2,276,162	\$ 2,253,074	\$ 2,229,525	\$ 2,205,504	\$ 2,181,003	\$ 2,156,012	\$ 2,130,521
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 5,043,706	\$ 5,064,617	\$ 5,085,347	\$ 5,107,703	\$ 5,129,895	\$ 5,152,530	\$ 5,175,618	\$ 5,199,168	\$ 5,223,168	\$ 5,247,689	\$ 5,272,681	\$ 5,298,172
- Impuestos	\$ 0	\$ 1,260,326	\$ 1,266,154	\$ 1,271,487	\$ 1,276,926	\$ 1,282,474	\$ 1,288,132	\$ 1,293,904	\$ 1,299,792	\$ 1,305,737	\$ 1,311,922	\$ 1,318,170	\$ 1,324,543
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 3,782,779	\$ 3,798,463	\$ 3,814,460	\$ 3,830,777	\$ 3,847,421	\$ 3,864,397	\$ 3,881,713	\$ 3,899,376	\$ 3,917,391	\$ 3,935,767	\$ 3,954,510	\$ 3,973,629
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260	\$ 1,533,260
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 119,249,326	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 199,263,588
Prestamos	\$ 119,249,326												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 75,792,554
Valor de Salvamento													\$ 123,471,034
- Otros Egresos no deducibles de impuest	\$ 217,662,704	\$ 1,045,574	\$ 1,066,485	\$ 1,087,815	\$ 1,109,572	\$ 1,131,763	\$ 1,154,398	\$ 1,177,486	\$ 1,201,036	\$ 1,225,057	\$ 1,249,558	\$ 1,274,549	\$ 1,300,040
Activos Fijos	\$ 121,877,150												
Pago Credito (Capital)		\$ 1,045,574	\$ 1,066,485	\$ 1,087,815	\$ 1,109,572	\$ 1,131,763	\$ 1,154,398	\$ 1,177,486	\$ 1,201,036	\$ 1,225,057	\$ 1,249,558	\$ 1,274,549	\$ 1,300,040
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 19,993,000												
Capital de Trabajo	\$ 75,792,554												
FLUJO DE CAJA	-\$ 98,413,378	\$ 4,270,485	\$ 4,285,237	\$ 4,259,905	\$ 4,254,466	\$ 4,248,918	\$ 4,243,259	\$ 4,237,487	\$ 4,231,599	\$ 4,225,594	\$ 4,219,469	\$ 4,213,221	\$ 203,470,436

Fuente: Analisis financiero Baby Stuff (2015)

La TIR representa la rentabilidad real del proyecto lo que significa, en este caso, que una Tasa Interna de Retorno de 9.31% da mas rentabilidad que la esperada, siendo esta de 0.49% lo que significa, que el proyecto en general es rentable.

Por otro lado, el VPN representa lo que puede incrementarse la inversion sin afectar la rentabilidad esperada, en el caso de Baby Stuff, el Valor Presente Neto es mayor que cero, lo que agrega valor a la empresa, haciendo al proyecto rentable. Esta informacion se puede ver en la tabla 7.19

Tabla 7.19 Tasa Esperada, VPN y TIR

Tasa Esperada	0.49%
Valor Presente Neto	138,794,658
Tasa Interna de Retorno	9.31%

Fuente: Elaboracion Propia

7.5.4.3 Flujo de Caja, VPN, TIR – Proyectado

Crecer al 10% anual es una tasa nada despreciable en una proyección. Sin embargo si Baby Stuff Ltda mejora el nivel de sus ventas, ajusta un poco más sus gastos, el comportamiento de su efectivo será mucho más atractivo y benéfico.

En una vista general el efectivo generado en la operación es positivo y permite que la empresa sea viable en el desarrollo de su objeto social y cumpla con sus responsabilidades de proveedores, gastos y bancos. La utilidades se muestran como un rubro positivo para la empresa y su acumulación puede producir un remanente que permita una reinversión, ya sea en otros activos productores de renta, en inversiones financieras o mejorar el capital de trabajo.

El flujo de inversiones podría mejorar. Aumento o adquiriendo activos fijos productivos o haciendo inversiones con tasas de rentabilidades aceptables y atractivas en portafolios de mediano riesgo a corto plazo que garanticen un dinero adicional o permitan utilizar el efectivo cuando se necesite.

En lo que respecta al flujo de actividades financieras Baby Stuff Ltda no las tiene. No se registra pago de ganancias de la sociedad entre los socios. Son capitales de socios cuya intención es la reinversión de las utilidades más que el reparto de ellas.

Dado el caso que la empresa necesitara ser capitalizada deberá ser vía endeudamiento o cuotas adicionales de capital por parte de los socios.

El ingreso generado por las utilidades de la empresa visto en un solo año es bastante positivo para la misma, pero se puede mejorar. Si se hace una estrategia para mejorar las ventas y disminuir los gastos, en cinco (5) años esta empresa sería un modelo de crecimiento estable y rentable tanto para sus socios como para las personas que en ella laboran, garantizará una estabilidad en sus puestos de trabajo y mejorará la calidad de vida tanto de los propietarios como de los empleados.

En la tabla 7.20 se muestra el flujo de caja proyectado a 5 años de Baby Stuff Ltda.

Tabla 7.20 Flujo de caja proyectado a 5 años Baby Stuff.

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA						
Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.362.112.000	\$ 1.494.168.759	\$ 1.639.028.420	\$ 1.797.932.225	\$ 1.972.241.754
- Costos variables		\$ 392.309.669	\$ 415.848.249	\$ 440.799.144	\$ 467.247.093	\$ 495.281.918
- Costos fijos		\$ 862.258.908	\$ 913.934.442	\$ 968.834.109	\$ 1.026.964.156	\$ 1.088.582.005
Costos fijos de Producción		\$ 124.891.308	\$ 132.384.786	\$ 140.327.874	\$ 148.747.546	\$ 157.672.399
Costos fijos de Administración		\$ 376.547.244	\$ 399.140.079	\$ 423.088.483	\$ 448.473.792	\$ 475.382.220
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 360.820.356	\$ 382.469.577	\$ 405.417.752	\$ 429.742.817	\$ 455.527.386
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 18.399.116	\$ 18.399.116	\$ 18.399.116	\$ 18.399.116	\$ 18.399.116
- Intereses Credito		\$ 27.143.394	\$ 23.381.750	\$ 18.611.076	\$ 12.560.708	\$ 4.887.378
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 62.000.913	\$ 122.545.201	\$ 192.384.975	\$ 272.761.153	\$ 365.091.337
- Impuestos	\$ 0	\$ 15.500.228	\$ 30.636.300	\$ 48.096.244	\$ 68.190.288	\$ 91.272.834
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 46.500.685	\$ 91.908.901	\$ 144.288.731	\$ 204.570.865	\$ 273.818.503
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 18.399.116	\$ 18.399.116	\$ 18.399.116	\$ 18.399.116	\$ 18.399.116
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 119.249.326	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	\$ 119.249.326					
Recuperación Capital de trabajo						
Valor de Salvamento						
- Otros Egresos no deducibles de impues	\$ 217.662.704	\$ 18.570.886	\$ 22.605.383	\$ 27.665.281	\$ 34.022.227	\$ 36.279.348
Activos Fijos	\$ 121.877.150					
Pago Credito (Capital)		\$ 14.023.333	\$ 17.784.976	\$ 22.555.650	\$ 28.606.019	\$ 36.279.348
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 19.993.000					
Capital de Trabajo	\$ 75.792.554	\$ 4.547.553	\$ 4.820.406	\$ 5.109.631	\$ 5.416.209	
FLUJO DE CAJA	-\$ 98.413.378	\$ 46.328.915	\$ 87.702.634	\$ 135.022.566	\$ 188.947.753	\$ 255.938.270

Fuente: Análisis Financiero Baby Stuff Ltda. (2015)

La Tasa Interna de Retorno para los 5 años proyectados es de 86,08% anual. Teniendo en cuenta que la Tasa de Rentabilidad Esperada en los 5 años es del 6,04% se puede claramente identificar que el proyecto es rentable en la medida que genera más beneficios y rentabilidad que lo que la empresa tiene esperado.

Para reafirmar lo anterior se puede observar en la tabla ... los valores de la tasa esperada, la TIR y el VPN, que al ser mayor que 0 nos muestra que el proyecto genera beneficios en términos de valor del mismo y de rentabilidad.

7.5.4.4. Payback Descontado

El payback representa cuanto tiempo se tarda en recuperar la inversión, teniendo en cuenta el descuento de los flujos de caja. En la tabla 7.21 Se puede observar que el payback descontado de la compañía es de 2,97 años

Tabla 7.21 Payback Descontado Baby Stuff Ltda

PAYBACK DESCONTADO					
Periodo	Inversión	Flujo de caja	Tasa Esperada	VPN flujo de caja	Saldo
0	-119.249.326				
1		46.328.915	6,1%	\$ 43.665.330	\$ 75.583.996
2,97		87.702.634	6,1%	\$ 77.907.966	(\$ 2.323.970)
Cálculo meses durante el segundo año		Saldo año 1/VPN flujo	0,97		

Fuente: Elaboracion Propia

Como se afirmó anteriormente, teniendo en cuenta los flujos de caja de los años 1 y 2, se entiende entonces que el préstamo, proyectado a pagar en 5 años, realmente se paga en 2,97 años, lo que significa que los otros 2,03 años el flujo de caja será destinado al beneficio de la empresa, y no al servicio a la deuda.

CONCLUSIONES

A lo largo del trabajo se ve reflejada una investigación profunda del sector de cosméticos y aseo, siendo este el sector en el que se encuentra Baby Stuff Ltda. Este sector ha tenido durante los últimos 8 años muy buena sostenibilidad y rentabilidad en la producción, ventas y exportaciones, representando un 13.1% con tendencia al crecimiento.

Por tratarse de un sector que va dirigido al bienestar de la familia, la cadena de valor juega un papel importante e impactante ya que dependiendo de su proceso de producción el producto se vuelve competitivo o no en el sector. Siendo Baby stuff Ltda una empresa importadora y distribuidora de productos para bebe representa un 2% del crecimiento del sector respecto a la competencia.

El entorno cultural es un factor que juega a favor de la empresa ya que los colombianos tienen unas características arraigadas a su cultura que busca salir adelante, ser perseverante, ser competitivos, alcanzar los logros y ser exitosos; Esto muestra que la empresa tiene la capacidad para asumir retos frente a otras empresas extranjeras, logrando que las inversiones o negociaciones que se hagan sean eficaces, efectivas y eficientes.

Observando el comportamiento que tiene la empresa frente a la competencia y a la proyección de la demanda se realiza un análisis utilizando un flujo de caja y un punto de equilibrio positivo ya que el nivel de ventas es mas alto que el pronosticado por la demanda, sin embargo se debe mirar con mas detenimiento las tendencias del mercado con el fin de implementar mas lineas de ventas al portafolio.

En una vista general el efectivo generado en la operación es positivo y permite que la empresa sea viable en el desarrollo de su objeto social y cumpla con sus responsabilidades de proveedores, gastos y bancos.

La gerencia debe implementar un plan de revisión de estos gastos y con una política austera debe reducirlos en el máximo posible, con el fin de que el margen de utilidad originado en la operación no se pierda o se agote en los gastos

BIBLIOGRAFÍA

- Academia (2015) Análisis estratégico del crecimiento de Falabella. Recuperado de: http://www.academia.edu/3628857/An%C3%A1lisis_estrat%C3%A9gico_del_crecimiento_de_Falabella
- Alcaldía de Medellín (2015) Medellín y su Población. Pag. 85. Recuperado de: <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Plan%20de%20Desarrollo/Secciones/Informaci%C3%B3n%20General/Documentos/POT/medellinPoblacion.pdf>
- Alcaldía de Medellín (2012) Perfil Socio Económico de Medellín. Encuesta de Calidad de Vida. Recuperado de: <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeaci%C3%B3n%20Municipal/Secciones/Publicaciones/Documentos/Encuesta%20Calidad%20de%20Vida/ECV2011/Perfil%20Total%20Medellin%20Encuesta%20Calidad%20de%20Vida%202011.pdf>
- Alcaldía de Medellín (2010) Perfil Sociodemográfico 2005 – 2015 Total Medellín. Recuperado de: <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeaci%C3%B3n%20Municipal/Secciones/Indicadores%20y%20Estad%C3%ADsticas/Documentos/Proyecciones%20de%20poblaci%C3%B3n%202005%20-%202015/Perfil%20Demografico%202005-2015%20Total%20Medellin.pdf>
- Blogspot (2013) Retail Marketing en Colombia. Pepe Ganga “Sigue en la jugada”. Recuperado de: <http://igomez.blogspot.com/2013/04/pepe-ganga-sigue-en-la-jugada-colombia.html>
- Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo (2013) Informe de sostenibilidad del sector. Recuperado de: http://issuu.com/agencia_central/docs/informe_andi?e=0/11586772
- Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo (2015) Informe de sostenibilidad del sector. Recuperado de: http://enlazacolombia.org/web/wp-content/uploads/2013/08/andi_informe_final.pdf

- Cuadernos de Administración (2012) Condiciones financieras que impactan la estructura financiera de la industria de comésticos y aseo en Colombia. Pag. 178. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v25n44/v25n44a08.pdf>
- Cencosud (2013). Condiciones generales y objetivas para proveedores de Cencosud Supermercados. Recuperado de: https://www.jumbo.cl/supermercado/familia_jumbo/files/cond_abastecimiento.pdf
- Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (2015). Registro Único Empresarial y Social. Consulta empresarial o social. Recuperado de http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2005) Boletín censo general. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/00000T7T000.PDF
- Despegar (2015). Reservación de vuelos a Madrid. Recuperado de <http://www.despegar.com.co/cp/shop/search/C4434/C4361/2015-09-29/2015-10-05/2/0/0/NA/2015-09-29/2015-10-05/2#/hotel/da69502cc1164439a8eb8484163e7a32/COP/1/NA/poi:195799/?open=1442853676855>
- El Espectador (2011) Septiembre, el mes de mayor tasa de nacimientos en Colombia. Recuperado de: <http://www.elespectador.com/noticias/politica/septiembre-el-mes-de-mayor-tasa-de-nacimientos-colombia-articulo-318117>
- El tiempo (2014) Al año nacen cerca de 159.000 bebés de madres adolescentes. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/salud/icbf-alerto-sobre-embarazo-adolescente-en-colombia/14573315>
- El Economista (2012). Con Carrefour Cencosud aspira al 20% de mercado en Colombia. Recuperado de: <http://eleconomista.com.mx/industria-global/2012/10/21/carrefour-cencosud-aspira-20-mercado-colombia>
- Emprendices (2011). Orange HRM: Programa gratuito para administrar los recursos humanos en una empresa. Recuperado de: <http://www.emprendices.co/orange-hrm-programa-gratuito-para-administrar-los-recursos-humanos-en-una-empresa/>

- EPM (2015). Gas Natural. Recuperado de: http://www.epm.com.co/site/clientes_usuarios/Clientesyusuarios/Hogaresypersonas/Gasnatural.aspx
- EPM (2015). Aguas. Recuperado de: http://www.epm.com.co/site/clientes_usuarios/Clientesyusuarios/Hogaresypersonas/Agua.aspx
- EPM (2015). Tarifas Energía. Recuperado de: http://www.epm.com.co/site/clientes_usuarios/Clientesyusuarios/Hogaresypersonas/Energ%C3%ADa/Tarifas.aspx
- EPM (2015). Tips para el Uso Inteligente. Recuperado de: http://www.epm.com.co/site/clientes_usuarios/Clientesyusuarios/Empresas/Energ%C3%ADa/Grandesempresas/Tipsparaelusointeligente.aspx
- Falabella (2014) Reporte Anual. Pág. 13. Recuperado en: http://www.falabella.com/static/staticContent/content/minisitios/Inversionistas/memoriaWeb/2014/Falabella_SVS2014_ultimo.pdf
- Expoknews (2015). Sabes cuánta agua consumes diariamente? Recuperado de: <http://www.expoknews.com/sabes-cuanta-agua-consumes-diariamente/>
- Fundación ONCE (2012) Accesibilidad y Capacidades Cognitivas. Disponible en <http://accesibilidadcognitivaurbana.fundaciononce.es/capacidadesCognitivas.aspx>
- Grupo Éxito (2012). Requisitos de Codificación. Recuperado de: http://www.grupoexito.com.co/files/Requisitos_de_codificacin.pdf
- IFEMA (2015). Puericultura Madrid 2015. Salón Profesional Internacional de Productos para la Infancia. Recuperado de: http://www.ifema.es/puericulturamadrid_01/
- Jumbo (2015). Quieres ser proveedor? Recuperado en: https://www.jumbo.cl/supermercado/familia_jumbo/proveedores.html
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2015). Informe de Comercio al Por Menor
- NFerías. (2015). Ahora mamá Expo Buenos Aires 2015. Recuperado de <http://www.nferias.com/ahora-mama-expo-buenos-aires/>

- NFERIAS. (2015). Expo Maternidad y Bebe Monterrey 2015. Recuperado de <http://www.nferias.com/expo-maternidad-bebe-monterrey/>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2014). Base mundial de datos sobre marcas. Recuperado de <http://www.wipo.int/branddb/es/>
- Periódico El Mundo (2015). Colombia crece en el sector tecnológico. Recuperado de http://www.elmundo.com/portal/resultados/detalles/?idx=253033&idprevia=1#.VdON2PI_NHw
- Periódico la república (2015). Aumento del precio del dólar alerta sobre impacto en el resultado de importaciones. Recuperado de http://www.larepublica.co/aumento-del-precio-del-d%C3%B3lar-alerta-sobre-impacto-en-el-resultado-de-importaciones_279456
- Propaís (2013). Sector de cosméticos en Colombia. Recuperado en: <http://propais.org.co/biblioteca/inteligencia/sector-cosmeticos-en-colombia.pdf>
- Portalferias. (2015). Feria Puericultura Madrid 2015. Recuperado de http://www.portalferias.com/feria-puericultura-madrid-2015_24260.htm
- Portalferias. (2015). Expobaby & Kids Bilbao 2016. Recuperado de http://www.portalferias.com/expobaby--kids-bilbao-2016_27483.htm
- Portafolio (2011) Colombia gastó \$1,1 billones en productos para bebés. Disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/el-pais-gasto-11-billones-productos-bebes>
- Portafolio (2013). Jumbo y Metro registran ventas de U\$895,8 millones. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/negocios/jumbo-y-metro-registran-ventas-us8958-millones>
- Portafolio (2015). En 2014 Grupo Éxito tuvo ventas por 11,4 billones. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/negocios/2014-grupo-exito-tuvo-ventas-114-billones>
- Portafolio (2014). SIC sanciona a 12 comercializadores de juguetes. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/negocios/sic-sanciona-12-comercializadoras-juguetes>
- Portafolio (2012). Pepe Ganga, un gigante que empezó con retazos. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/negocios/pepe-ganga-un-gigante-que-empezo-retazos>
- Portafolio (2013). Colombianas ahora salen de compras por internet. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/ventas-internet-colombia>

- Portalferias (2015). Feria Puericultura Madrid 2015. Recuperado de: http://www.portalferias.com/feria-puericultura-madrid-2015_24260.htm
- Procolombia (2015) Oportunidades de Negocio en Sector Comestico y aseo personal. Disponible en: <http://www.procolombia.co/node/1172>
- Procolombia (2015) Inversion en el sector Comesticos y Productos de Aseo en Colombia: <http://inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/cosmeticos-y-productos-de-aseo.html>
- Propaís (2015) Sector de Comésticos en Colombia: <http://propais.org.co/biblioteca/inteligencia/sector-cosmeticos-en-colombia.pdf>
- Panamericana (2015). Licencia Office para Hogar y Empresas 2013. Recuperado de <http://www.panamericana.com.co/producto/producto.aspx?p=GUE2e7QR2+GjZzSRC22aUfrjpkksNu1G>
- República de Colombia (1971). Decreto 410 de 1971 “Código de comercio”. Libro II. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>
- República de Colombia (2004) Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa Colombiana. Disposiciones generales. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14501>
- Santander Trade (2015) China: Exportación de productos. Recuperado de: <https://es.santandertrade.com/gestionar-embarques/china/exportacion-de-productos>
- Slideshare (2011). Conceptos ERP y CRM. Recuperado en: <http://es.slideshare.net/ShirleyCrdenasSurez/conceptos-erp-y-crm>
- Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). Sectores económicos. Recuperado de: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores_economicos
- SIC (2012). Estudio económico del sector retail en Colombia. Recuperado de : http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Retail2012.pdf
- The Hofstede Center (2015). Strategy, Culture, Change. Recuperado de <http://geert-hofstede.com/colombia.html>

- TCC (2015). Tarifario 2015-2016. Recuperado de <http://www.tcc.com.co/documents/64042/bea1f93e-1426-49b0-bf54-25c6c32642cd>
- Universidad de la Sabana (2014). Colombia, el país con más madres solteras. Disponible en: <http://www.unisabana.edu.co/unidades/sala-de-prensa/secciones/nuestros-comunicados/detalle-comunicado/articulo/colombia-el-pais-con-mas-madres-solteras-del-mundo-y-donde-la-gente-menos-se-casa-dice-estudio/>
- Une (2015). Conozca los planes que Conmutador Virtual tiene a su disposición. Recuperado de <http://www.une.com.co/component/content/article/222-empresas-e-independientes/voz/servicios-avanzados-de-voz/conmutador-virtual-avanzado/1992-tarifas?tmpl=raw>
- Une (2015). Conozca los planes que Internet Plus tiene a su disposición. Recuperado de <http://www.une.com.co/component/content/article/155-empresas-e-independientes/internet/internet-plus-empresarial/1989-tarifas?tmpl=raw>

ANEXO 1: Cotizaciones equipos, software, muebles y enseres Baby Stuff Ltda.

Camión JAC 1035 cabina sencilla chasis de 2 toneladas. 2015	\$ 37.900.000
Camión JAC 1035 cabina sencilla chasis de 2 toneladas con platón. 2015	\$ 40.400.000
Chasis Doble Cabina 1035 para 2,0 toneladas	\$ 41.900.000



LISTA PARA LAS EMPRESAS, USO EFICIENTE DE LA ENERGÍA Y GRAN VALOR

Con los procesadores Quad-Core, la cámara web integrada, las sólidas funciones de seguridad, la PC all in one S20 compacta está lista para las empresas. Es también bastante económica y hace un uso muy eficiente de la energía lo cual da como resultado ahorros permanentes en los gastos. Como la pantalla ancha de 19,5" tiene una manija integrada muy útil, la S20 también es portátil.

Más información

Precio desde: **\$1.299.000**

[f](#) [t](#) [g+](#) [p](#)



Mult.8610+2cart950xl S
HEWLETT PACKARD
 REF: OJ8610-C PLU:112229

\$390.150
 Antes: \$469.000 **15%**

Vendido Por: Exitto
 Entregado Por: Cordinadora
 Tiempo de entrega

1 und. [Añadir](#)



Centro de trabajo wengue

SKU: 241202



Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en:

CUNDINAMAR

\$269.900 UND

28 Unidades disponibles para venta en Homecenter.com.co y Venta Telefónica

Acumula: 269 CMR Puntos



Silla profesional gris Office Chair

SKU: 80886



Leer 1 reseña | [Escriba una reseña](#)

Mostrar precio en:

CUNDINAMAR

\$77.900

0 Unidades disponibles para venta en Homecenter.com.co y Venta Telefónica



Mica Mesa de Comedor New Audrey

Código producto: 880351186

★ ★ ★ ★ ★ Sé el primero en comentar este producto

Internet: \$ 899.900

Normal: \$1.499.900



Tablero borrable 60 x 80 cm

SKU: 177098



Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en:

CUNDINAMAR

\$61.900

69 Unidades disponibles para venta en Homecenter.com.co y Venta Telefónica



Kit de seguridad 8 cámaras

SKU: 188561



Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en:

CUNDINAMAR

\$1.049.900 UND

Puff Coralina Negro



Código: 7707076503659

▶ [Sé el primero en calificar este producto](#)

➕ [Comparar producto](#)

• Material: tela Jazz acolchado en espumas de altas densidades. Madera sajo inmunizada.

• Viene con patas en madera.

• Peso que resiste: 90 kilos

✓ **En existencia***

📍 [Ver disponibilidad en Tienda](#)

Compra Online

\$ 74.900

Cantidad: 1

Compra ya



ENVÍO GRATIS



Pago Seguro



Cambios sin problemas

Mesa de Centro PRACTIMAC Venecia V2 Wengue pm50000WE



Código: 7707070839280

► Sé el primero en calificar este producto

► [Comparar producto](#)

• Mesa de centro fabricada en tablero de partículas laminado en melamina para mayor resistencia al rayado.

• Color Wengue.

• No incluye accesorios decorativos.

✓ En existencia*

📍 Ver disponibilidad en Tienda



Compra Online

\$ 94.900

Cantidad: 1 ▼

Compra ya

ENVÍO GRATIS

Pago Seguro

Cambios sin problemas



Archivador Napoles

SKU: 268514



Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en:

CUNDINAMAR ▼

\$339.900 UND



Nevera mini bar

SKU: 191570



Sea el primero en escribir una

Mostrar precio en:

CUNDINAMAR ▼

\$529.900

Sendtel DART Dual

Deja tu comentario

Comparar

desde

\$ 100.000

Con Línea Nueva Prepago

Selecciona un Plan



Horno microondas

SKU: 154704



Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en:

CUNDINAMAR

\$158.900



\$ 62.900

1 cuota de \$ 62.900
 VISA
 Más opciones

Entrega a acordar con
 Cota (Cundinamarca)
 Consultar costos

Cantidad: 1 **Comprar**

Compra 100% protegida por el Pro



Calcular envío

Más vendido
\$768,900.00

1 **Añadir al carrito**

VALOR SOFTWARE ZOHO		
50 USDxmesxnúmero de usuarios		
N. USUARIOS	MESES	VALOR USD
11	12	50
TOTAL= 11*12*50 USD = 6.600 USD/ AÑO		
NOTA: Esta cotización incluye el software ZOHO para ERP y CRM		
6.600 USD X USD PROMEDIO 3.000		
TOTAL COP 19.800.000		

VALOR HERRAMIENTAS OFIMATICAS		
768.900 COP X N. DE USUARIOS X 1 AÑO		
N. USUARIOS	AÑO	VALOR COP
15	1	768,900
TOTAL = 15*1*768.900 COP = 11.533.500 COP/ AÑO		
NOTA: La licencia que otorga Panamericana es para 1 computador pero cubre un año		
TOTAL COP 11.533.500		

